

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB

Centro De Ciências Sociais Aplicadas – CCSA

Curso de Administração – CADM

**Plano de Negócio: Cléo Bijú**

MARIA WENDYANE GOMES DA SILVA

João Pessoa

Março 2020

MARIA WENDYANE GOMES DA SILVA

## **Plano de Negócio: Cléo Bijú**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharela em Administração, pelo Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba / UFPB.

**Professor Orientador:** Suelle Cariele de Souza e Silva, Mestra.

João Pessoa

Março 2020

Catalogação na publicação  
Seção de Catalogação e Classificação

S586p Silva, Maria Wendyane Gomes da.

Plano de negócios: Cléo Biju / Maria Wendyane Gomes da  
Silva. - João Pessoa, 2020.  
63f.

Orientação: Suelle Cariele de Souza e Silva.  
Monografia (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Plano de negócios. 2. Loja de bijuterias. 3.  
Empreendedorismo. 4. MEI (Microempreendedor  
Individual). I. Silva, Suelle Cariele de Souza e. II.  
Título.

UFPB/CCSA

## **Folha de aprovação**

Trabalho apresentado à banca examinadora como requisito parcial para a Conclusão do Curso de Bacharelado em Administração.

**Aluno:** Maria Wendyane Gomes da Silva

**Trabalho:** Plano de Negócio: Cléo Bijú

**Área da Pesquisa:** Administração Financeira

**Data de Aprovação:** 13 de março de 2020

### **Banca Examinadora**

---

Orientadora

Prof<sup>ª</sup>. Suelle Cariele de Souza e Silva, Mestra

---

Membro 1

Prof<sup>ª</sup>. Andrea de Fátima de Oliveira Rego, Mestra.

Dedico este trabalho a Deus por ter me dado toda sabedoria de chegar até aqui e à minha mãe, Cleonice, que sempre foi meu exemplo de vida e é a inspiração deste trabalho e que me fez ingressar na área de Administração. Mãe, você é o meu melhor.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço, primeiramente, a Deus por me dá a vida, por toda sabedoria e por todas as oportunidades mostradas. Ao meu esposo tão amado, Júnior, por me ajudar todos os dias em tudo que foi possível e por todo incentivo. Aos meus pais, Cleonice e Severino por acreditarem em tudo que faço, apesar das dificuldades. Aos meus sogros, Terezinha e Josinaldo, por sempre me apoiarem. A minha grande amiga Ana Paula Artemísia por sua força e por ser uma das inspirações de não desistir. E a minha Orientadora, Professora, Mestra, Suelle Cariele, por toda dedicação e auxílio nesta caminhada de graduação.

A minha gratidão a vocês será eterna!

## **SUMÁRIO EXECUTIVO**

O projeto do negócio que será apresentado utilizou-se da metodologia do SEBRAE. A empresa Cléo Bijú, trata-se de um MEI (Microempreendedor Individual), que tem como principal negócio o comércio de bijuterias e acessórios femininos com preços acessíveis e boa qualidade, além de um bom atendimento e proximidade dos clientes. A empresa fica localizada no Mercado Público no Centro de Santa Rita-PB, onde os moradores do próprio município e cidades vizinhas costumam ir para fazer suas compras do dia a dia.

Projeta-se investir um valor de R\$ 4.382,15 na readequação do negócio, mantendo uma receita média mensal de R\$1.671,50 de onde se obtém um lucro líquido mensal de R\$ 93,60. Baseado nesses valores espera-se que o retorno do investimento aconteça em aproximadamente quatro anos, levando-se em consideração um cenário com 70% da capacidade de atendimento.

A empreendedora, Cleonice, já atua no mercado de comércio de bijuterias há 20 anos, o que lhe confere qualidades para manter o negócio, com muita experiência no ramo, além do relacionamento interpessoal (muito prezado pela empresária), para melhor atendimento de seus consumidores e negociação com seus fornecedores.

A empresa terá como Razão Social: Cleonice Gomes da Silva 55440320415 e Nome Fantasia: Cléo Bijú, a qual tem seu espaço no mercado local, mais precisamente no Mercado Público de Santa Rita. Atuando no setor de comércio varejista de bijuterias (principal atividade) e, terá como forma jurídica o MEI (Microempreendedor Individual) com enquadramento tributário no SIMEI (Simples Nacional do Microempreendedor Individual).

O negócio tem como missão aumentar a autoestima de seus clientes por meio de acessórios femininos e utilidades. E preza pelos valores da ética, da honestidade e do respeito.

O capital social totaliza o valor de R\$ 4.382,15, sendo totalmente advindo de recursos próprios.

## Sumário

1. DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO .....	9
1.1 Definição do Negócio.....	9
1.2 Empreendedores .....	9
1.3 Síntese das Responsabilidades da Equipe Dirigente .....	9
1.4 Exigências Legais.....	9
1.5 Área de Atuação .....	10
1.6 Capital Social .....	10
1.7 Indicadores Estratégicos da Organização.....	11
1.7.1 Missão .....	11
1.7.2 Visão .....	11
1.7.3 Valores .....	11
1.8 Indicadores Financeiros.....	11
2. ANÁLISE DE MERCADO .....	13
2.1 Análise dos clientes .....	14
2.1.1 Público-alvo .....	14
2.1.2 Comportamento dos clientes .....	14
2.2 Análise da Concorrência .....	14
2.3 Análise dos Fornecedores.....	15
2.4 Análise SWOT .....	15
2.4.1 Forças .....	16
2.4.2 Fraquezas.....	17
2.4.3 Oportunidades .....	17
2.4.4 Ameaças .....	17
3. PESQUISA DE MERCADO .....	19
3.1 Análise do Perfil do Cliente .....	19
3.2 Análise da preferência da loja .....	24
4. PLANO DE MARKETING .....	30
4.1 Logomarca.....	30
4.2 Produtos.....	30
4.3 Preço.....	32
4.4 Estratégias Promocionais .....	35
4.5 Estrutura de Comercialização.....	36
4.6 Localização do Negócio .....	36
5. PLANO OPERACIONAL .....	37
5.1 Layout .....	37



5.2 Capacidade instalada.....	38
5.3 Processos Operacionais.....	38
5.3.1 Compra.....	38
5.3.2 Organização.....	38
5.3.3 Venda .....	38
5.3.4 Pagamento .....	39
5.3.5 Fluxo de caixa .....	39
5.4 Necessidade de pessoal .....	39
5.5 Estrutura Organizacional.....	39
6. PLANO FINANCEIRO .....	40
6.1 Investimentos fixos .....	40
6.2 Capital de Giro .....	40
6.2.1 Estoque Inicial.....	40
6.2.2 Caixa Mínimo.....	41
6.3 Investimentos Pré-Operacionais.....	43
6.4 Investimento Total .....	43
6.5 Receita Operacional .....	44
6.6 Custo unitário .....	46
6.7 Custo de Comercialização .....	49
6.8 Custos com Depreciação .....	49
6.9 Custos Fixos Operacionais Mensais.....	49
6.10 Demonstrativo dos Resultados .....	50
7 INDICADORES DE VIABILIDADE .....	51
7.1 Ponto de Equilíbrio .....	51
7.2 Lucratividade.....	51
7.3 Rentabilidade.....	52
7.4 Prazo de Retorno do Investimento .....	52
8 CONSTRUÇÃO DOS CENÁRIOS .....	53
8.1 Cenário Otimista .....	53
8.2 Cenário Pessimista .....	56
9 DECISÃO GERENCIAL.....	59
APÊNDICE: .....	60
REFERÊNCIAS .....	63

## **1. DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO**

Neste capítulo, serão apresentados os dados descritivos do empreendimento necessários para compreensão geral da natureza do negócio e suas características de mercado.

### **1.1 Definição do Negócio**

A empresa, objeto deste trabalho, tem como objetivo elevar a autoestima de seus consumidores a partir do comércio varejista de bijuterias, semijoias e utilidades, a preços acessíveis, aos residentes do município de Santa Rita, na Paraíba, e das cidades vizinhas que ali circulam.

### **1.2 Empreendedores**

Cleonice Gomes da Silva, brasileira, natural da cidade de Santa Rita-PB, casada, portadora do CPF: 554.403.204-15, residente da Rua Nova, 377, bairro Popular, Santa Rita-PB. Possui características específicas para manutenção do negócio, tais como o bom relacionamento interpessoal para captação e fidelização dos clientes e negociação com os fornecedores, experiência de mercado, por atuar há 20 anos no comércio, e conhecimento do ramo e estratégias de venda.

### **1.3 Síntese das Responsabilidades da Equipe Dirigente**

Fica sob a responsabilidade da Cleonice todas funções da empresa, incluindo as responsabilidades de dirigente que tem como tarefa organizar o *layout* da loja, compra e organização dos produtos a serem vendidos, listagem dos produtos vendidos no dia, bem como também exerce atribuições de venda, atividade-fim do negócio, executando a elaboração do fluxo de caixa e atendimento e despacho do cliente.

### **1.4 Exigências Legais**

O empreendimento terá como Razão Social Cleonice Gomes da Silva 55440320415 e Nome Fantasia Cléo Bijú, que estará legalizado como Microempreendedor Individual (MEI), através do Portal do Empreendedor.

## 1.5 Área de Atuação

A loja Cléo Bijú se enquadra no Setor Terciário de comércio de bens, mais especificamente no comércio de acessórios em bijuterias e semijoias e outras utilidades, com CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 4789-0/01 - Comércio varejista de souvenirs, bijuterias e artesanatos.

Abaixo, segue a Figura 01 que demonstra a CNAE e suas subdivisões na qual a empresa se enquadra.

**Figura 01 – Descrição CNAE**

Hierarquia	
Seção:	G COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS
Divisão:	47 COMÉRCIO VAREJISTA
Grupo:	47.8 Comércio varejista de produtos novos não especificados anteriormente e de produtos usados
Classe:	47.89-0 Comércio varejista de outros produtos novos não especificados anteriormente
Subclasse:	4789-0/01 Comércio varejista de souvenirs, bijuterias e artesanatos
Notas Explicativas:	
Esta subclasse compreende:	
- o comércio varejista de artigos de souvenirs	
- o comércio varejista de artigos de bijuterias	
- o comércio varejista de artigos de artesanatos	
Esta subclasse não compreende:	
- o comércio varejista de artigos de armarinho (4755-5/02)	
Lista de Descritores	
Registros encontrados: 7	
Mostrar 10 registros por página	
Código	Descrição
4789-0/01	ARTIGOS DE ARTESANATO; COMÉRCIO VAREJISTA
4789-0/01	ARTIGOS DE BIJUTERIA; COMÉRCIO VAREJISTA
4789-0/01	BIJUTERIA; COMÉRCIO VAREJISTA
4789-0/01	BIJUTERIAS, CHAPEADOS; COMÉRCIO VAREJISTA
4789-0/01	JOALHERIA CHAPEADA (ANÉIS, BRINCOS, ALIANÇAS, PULSEIRAS, COLARES, PIERCINGS, PINGENTES, GARGANTILHAS DE MATERIAIS DIVERSOS- EXCETO DE METAIS PRECIOSOS); COMÉRCIO VAREJISTA
4789-0/01	SOUVENIRS; COMÉRCIO VAREJISTA
4789-0/01	SOUVENIRS; COMÉRCIO

Fonte: CNAE/IBGE (2020)

## 1.6 Capital Social

O capital social é proveniente exclusivamente de capital próprio, ou seja, a proprietária da empresa Cléo Bijú financia todo o empreendimento que, a partir do plano financeiro, que será apresentado ao longo deste projeto. Calcula-se em exatamente R\$ 4.382,15.

## 1.7 Indicadores Estratégicos da Organização

### 1.7.1 Missão

A Cléo Bijú tem como missão: Aumentar a autoestima de nossos clientes por meio de acessórios femininos e utilidades.

A empresária buscou por missão relacionar o benefício trazido por seu negócio à necessidade de seus consumidores, já que muitos declaram que a falta de um anel, um brinco ou um *piercing*, dependendo da preferência do usuário, causam uma baixa autoestima.

### 1.7.2 Visão

Ser referência em loja de bijuterias na cidade de Santa Rita, na Paraíba, em até 5 anos.

A empresária busca gerar uma relação de confiança com seus consumidores e, com isso, aumentar sua clientela para ser referência no município em que reside e atua com seu negócio. Acredita-se que o tempo estimado de 5 anos seja o suficiente para recuperar o valor investido e, nesse decorrer, aplicar as melhorias necessárias para ganhar destaque e ser referência na cidade.

### 1.7.3 Valores

Os valores são aqueles que a proprietária da Cléo Bijú mais preza em seus relacionamentos interpessoais e com seus clientes. Eles estão listados em ordem alfabética, pois os mesmos possuem o mesmo valor e grau de impacto para a empresária. Ela escolheu a ética, honestidade e respeito como valores base do seu negócio, e cada um possui uma breve descrição para melhor compreensão.

- **Ética:** nos processos de venda e de compra;
- **Honestidade:** transparência nas relações com os clientes e fornecedores;
- **Respeito:** para com os clientes e com os fornecedores, a fim de manter uma boa relação.

## 1.8 Indicadores Financeiros

No Quadro 01 serão apresentados os indicadores de viabilidade da empresa Cléo Bijú.

**Quadro 01 – Indicadores da Viabilidade**

<b>Ponto de Equilíbrio</b>	R\$ 1.337,86
<b>Lucratividade</b>	8,75% aa
<b>Rentabilidade</b>	40,8% aa
<b>Prazo de retorno sobre o investimento</b>	3 anos e 11 meses

**Fonte:** Elaboração Própria (2020).

## 2. ANÁLISE DE MERCADO

As bijuterias, como réplicas das joias, surgiram no século XVII como forma de possibilitar o uso de acessórios por classes médias. Atualmente, existem inúmeras empresas neste ramo, principalmente micro e pequena, sendo este um mercado em crescimento nos últimos anos, segundo informa o site do SEBRAE [20—].

Segundo a revista Exame (2018), o mercado varejista vem obtendo um crescimento desde 2017, após passar quatro anos em crise, e possui uma expectativa de crescimento pelos próximos cinco anos. E uma das maiores crescentes no ramo varejista foi o de bijuterias, com aumento de 9,7% em 2017.

As irmãs Pádua Oliveira (proprietária da loja Three Sisters), em entrevista à revista PEGN – Pequenas Empresas Grandes Negócios (2015) –, reafirmaram o crescimento do mercado varejista relacionado ao comércio de bijuterias. E chegaram a comentar que o principal meio de se destacar neste ramo é estar sempre se renovando seja em seus produtos ou nos meios de distribuição.

Contudo, em entrevista com a proprietária da Loja Cléo Biju, objeto deste Plano, foi notado que o mercado vem decrescendo em vendas e variedade de produtos, nos últimos dois anos, o que tem prejudicado o bom andamento não só de seu negócio, mas de seus fornecedores e concorrentes, que compartilham da mesma frustração. Este último relato, segundo a entrevistada, deve-se ao fato da inovação, que deve sempre ser buscada, entretanto, no momento, não está acontecendo, pelo menos nesse nicho da Grande João Pessoa.

Segundo pesquisa realizada por Melo et al. (2016), o público de bijuterias é predominantemente feminino e sem restrição de faixa etária, mas que em geral varia entre 15 e 35 anos de idade. Sem distinção de classe, pois tanto classes mais altas quanto as mais baixas consomem itens de bijuterias, mudando apenas na frequência de compra e de uso.

Particularmente na Cléo Biju, os clientes são, em sua maioria, mulheres jovens que sentem a necessidade do uso de acessórios, mães que tem o desejo de arrumar suas filhas, e jovens, no geral, que procuram artigos, principalmente, em aço (como brincos e *piercings*), todos para estarem na moda e a preços acessíveis.

## **2.1 Análise dos clientes**

### **2.1.1 Público-alvo**

Jovens, em sua maioria mulheres, pertencentes às classes C e D, residentes do município de Santa Rita e região, que procurem suprir a necessidade do uso de acessórios, com produtos de qualidade e com preços acessíveis.

### **2.1.2 Comportamento dos clientes**

A preferência do público-alvo está principalmente ligada ao preço e à qualidade dos produtos e do atendimento. Por serem pessoas de classe mais baixa, a preocupação com o preço é muito significativa, mas não se deixam de lado a procura pela qualidade, e o se sentir bem ao comprar, também influencia muito nesse momento.

Levando em consideração o que foi identificado na pesquisa de mercado, o bom atendimento, a qualidade da loja e a forma de pagamento influenciam bastante no momento da compra e escolha da loja. Por outro lado, também foi revelado que a frequência do consumo e a quantidade adquirida a cada compra, confirmam que o mercado local não está favorável e que se deve urgentemente investir em mudanças para superar as dificuldades.

## **2.2 Análise da Concorrência**

Os principais concorrentes são as outras lojinhas de bijuterias que atuam no Mercado Público de Santa Rita, bem como os ambulantes que existem nesta região. Sendo, dentre esses, os principais concorrentes, as lojas que também atuam dentro do Mercado Público e que possuem ponto fixo, mantendo referência para os consumidores.

Os concorrentes pesquisados, inclusive, compartilham, em sua maioria, dos mesmos fornecedores e praticam preços muito semelhantes. Diferenciam-se apenas, algumas vezes, em variedade, atendimento, organização do *layout* e preço.

No Quadro 02 são apresentados os principais concorrentes e suas principais características, que foram obtidas através da observação da pesquisadora:

**Quadro 02 - Análise dos Concorrentes**

Empresa	Serviços	Qualidade	Pagamento	Localização	Atendimento	Infraestrutura
<b>Loja do Fabiano</b>	Comércio de bijuterias	Ótima	À vista	Ótima, dentro do Mercado.	Bom	Ótima, apesar de pequena é organizada.
<b>Sérgio Bijuterias</b>	Comércio de bijuterias, semijoias e joias.	Boa	À vista ou cartão	Ótima, ao lado da entrada do Mercado.	Bom	Razoável, falta mais organização.
<b>Casa Lins</b>	Comércio de bijuterias, brinquedos e papelaria.	Ótima	À vista ou cartão	Ótima, na passagem para o Mercado.	Bom	Boa, falta um pouco de sofisticação.

Fonte: Elaboração Própria (2020).

### 2.3 Análise dos Fornecedores

Os principais fornecedores oferecem praticamente os mesmos produtos, diferenciando apenas em alguns itens e no que se refere a valores e marcas, como demonstrados no Quadro 03 a seguir:

**Quadro 03 - Análise dos Fornecedores**

Nº	Itens	Fornecedor	Preço	Pagamento	Prazo de entrega	Localização
1	Brincos em geral, xuxas em geral, piercings de nariz, tiaras infantis, batom e lápis de olho.	Betty Bijoux	Ótimo	A prazo	Imediato	Centro – João Pessoa
2	Piercings em geral, cordão de letra e pulseira artesanal.	Mundi Bijú	Ótimo	À vista ou cartão	Imediato	Centro – João Pessoa
3	Acessórios em aço, Maria Chiquinha.	RG Bijuterias	Ótimo	À vista ou cartão	Imediato	Centro – João Pessoa
4	Unhas postiças, anéis em geral e brincos em bijuteria.	Exclusiva Acessórios	Ótimo	À vista ou cartão	Imediato	Centro – João Pessoa

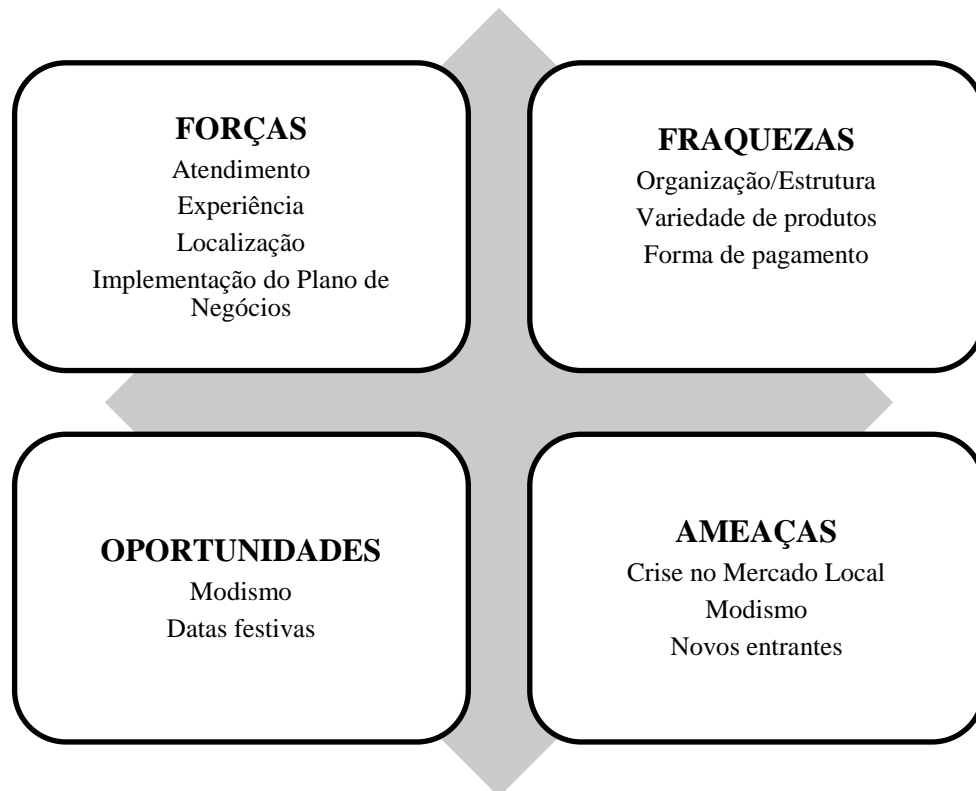
Fonte: Elaboração Própria (2020).

### 2.4 Análise SWOT

Na Figura 02, são apresentadas as forças e fraquezas, as oportunidades e ameaças do negócio, demonstrada por meio da Matriz SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) ou Matriz FOFA (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças), que trazem a visão do Dono do Negócio com relação ao seu ambiente interno e externo.



Figura 02 – Matriz FOFA



Fonte: Elaboração Própria (2020).

#### 2.4.1 Forças

- **Atendimento:** este é um dos principais destaques da empresária, aliado à sua experiência de mercado, atrai e conquista o cliente por meio de sua simpatia, paciência e atenção com o cliente.
- **Experiência:** há pelo menos 20 anos que a empresária atua neste mercado como vendedora de bijuterias e acessórios derivados, e isto contribui significativamente para manutenção dos clientes que buscam qualidade e confiança no atendimento.
- **Localização:** por se encontrar localizada dentro do Mercado Público que fica no centro da cidade, onde a maioria das pessoas da cidade circula, este tende a ser um local muito propício às vendas pela facilidade de acesso dos possíveis clientes.

- **Implementação do Plano de Negócios:** este trabalho é uma grande oportunidade para o negócio, por oferecer possibilidades de melhoria em todos os pontos da empresa.

#### 2.4.2 Fraquezas

- **Organização/estrutura:** a parte estrutural da loja deixa a desejar, seja por suas prateleiras e bancadas serem antigas, seja pela pouca infraestrutura no que diz respeito à iluminação interna da loja, por ser mantido pela Prefeitura.
- **Variedade de produtos:** este é um ponto que precisa ser melhorado, sendo uma consequência da falta de investimento na empresa. A falta de variedade prejudica a própria venda, que prejudica a entrada de dinheiro na empresa.
- **Forma de pagamento:** pela empresa oferecer somente a possibilidade de pagamentos em espécie acaba não abrangendo alguns clientes, que deixam de comprar pelo motivo de não poder pagar no cartão, seja débito ou crédito; outra dificuldade encontrada é que isso deixa margem para que alguns clientes mais próximos tentem pagar a prazo, no famoso “deixar anotado”.

#### 2.4.3 Oportunidades

- **Modismo:** os itens que surgem na moda, principalmente por meio das mídias sociais, são impulsionadores desse mercado, por permitirem que as vendas aumentem a partir deles.
- **Datas festivas:** sempre que está próximo de grandes datas festivas como Natal, Ano Novo e São João, as vendas aumentam, tornando-se uma oportunidade para o negócio.

#### 2.4.4 Ameaças

- **Crise no mercado local:** as vendas estão escassas, ultimamente, o que prejudica muito o negócio.

- **Modismo:** mesmo que a moda contribua para o aumento das vendas em um dado momento, isso se volta contra a empresa por não oferecer a garantia das vendas, por não contribuir com a certeza do estoque, podendo levar a empresa a comprar demais e ficar com estoque ou comprar de menos e perder vendas.
- **Novos entrantes:** este ponto tem dois tipos de entrantes: os ambulantes que conseguem se aproximar em pontos estratégicos (saída de supermercados, entrada do Mercado) e “fiscar” alguns clientes; bem como as grandes lojas que, mesmo que não estejam localizadas na cidade (estão na capital), acabam “levando” alguns clientes por oferecem preços similares ao preço de atacado.

### 3. PESQUISA DE MERCADO

A fim de dar credibilidade ao presente Plano de Negócios, foi realizada uma Pesquisa de Mercado, sendo uma pesquisa quantitativa aplicada por meio de um questionário via Internet, mais precisamente por meio da ferramenta *Google Forms*, com o objetivo de conhecer melhor o público-alvo do negócio, bem como suas preferências, para que possam embasar as mudanças a serem aplicadas na empresa.

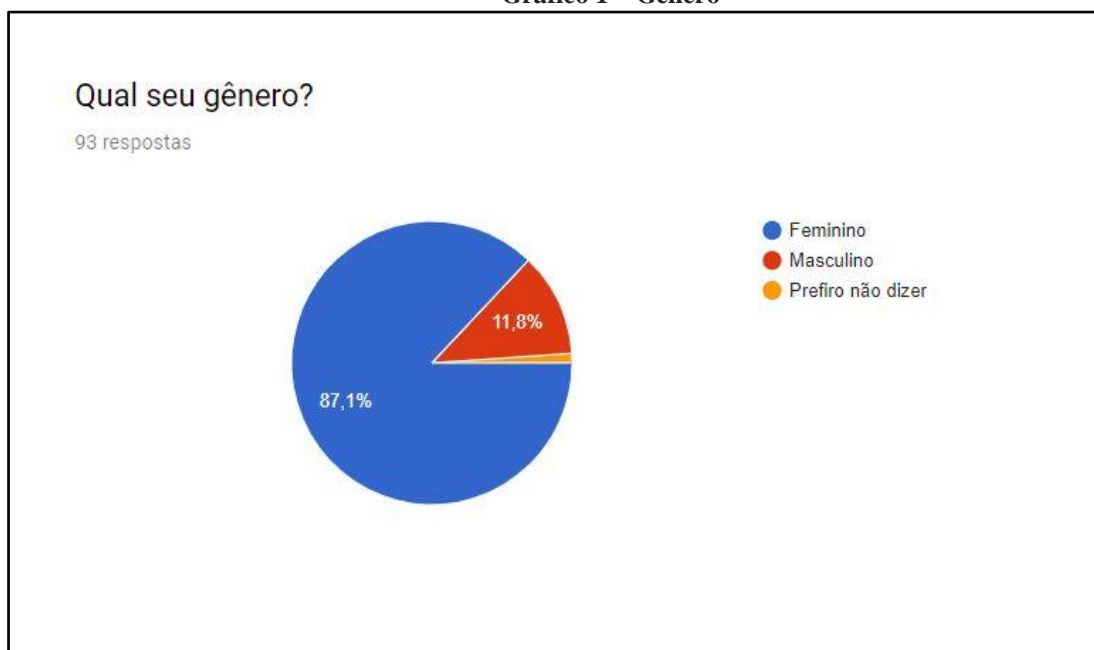
A partir dos dados coletados, visaremos definir as estratégias de negócios que melhor se apliquem à empresa, a fim de aperfeiçoar seus serviços no que se refere à apresentação de seus produtos e à prospecção de clientes, favorecendo o crescimento do negócio.

#### 3.1 Análise do Perfil do Cliente

Com base na pesquisa, os clientes são, em sua maioria, mulheres, com renda baixa e que estão preocupadas em adquirir produtos que tenham preços acessíveis, mas que não deixem de lado sua qualidade.

Com relação ao gênero identificado, foi percebido que, a grande maioria dos respondentes (87%) é formada por mulheres, conforme o senso que se tem para esse tipo de ramo. No Gráfico 1, podemos identificar os percentuais totais com relação ao gênero.

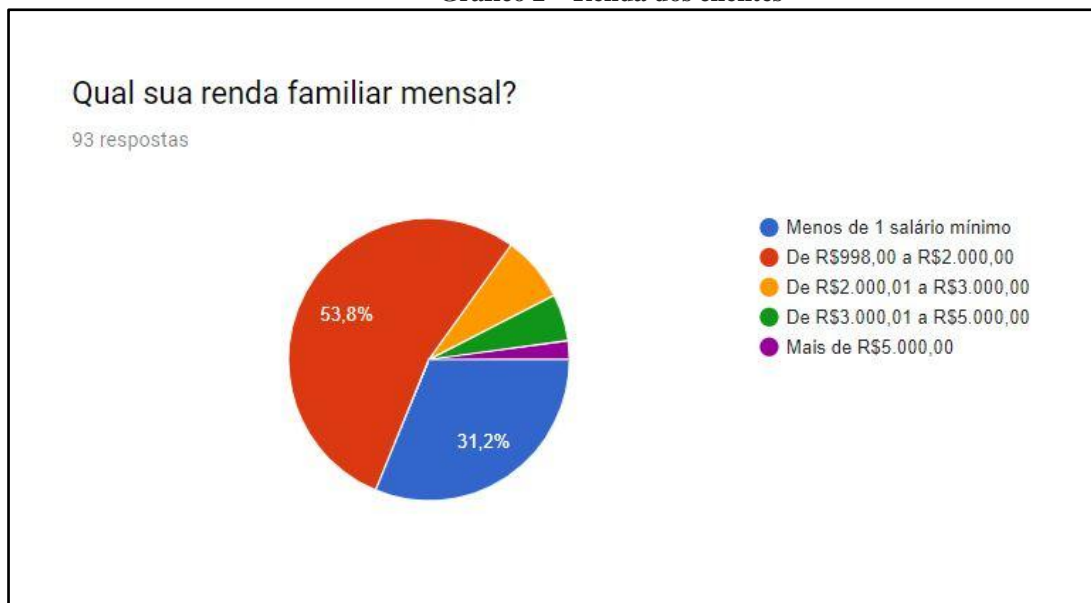
Gráfico 1 – Gênero



Fonte: Dados da pesquisa (2020).

A renda familiar dos respondentes foi, em sua maioria (53,8%), entre R\$ 998,00 a R\$ 2.000,00, conforme pode se observar no Gráfico 2. Segundo o IBGE (2010), 44,6% da população possui uma renda mensal per capita de até  $\frac{1}{2}$  salário mínimo, o que corrobora com os dados encontrados na pesquisa.

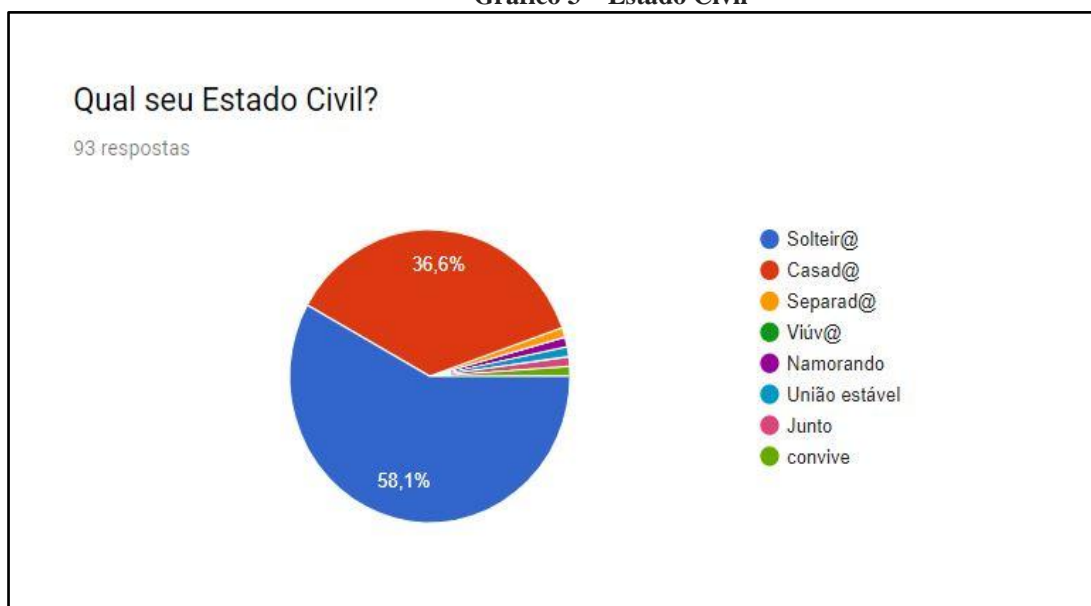
**Gráfico 2 – Renda dos clientes**



**Fonte:** Dados da pesquisa (2020).

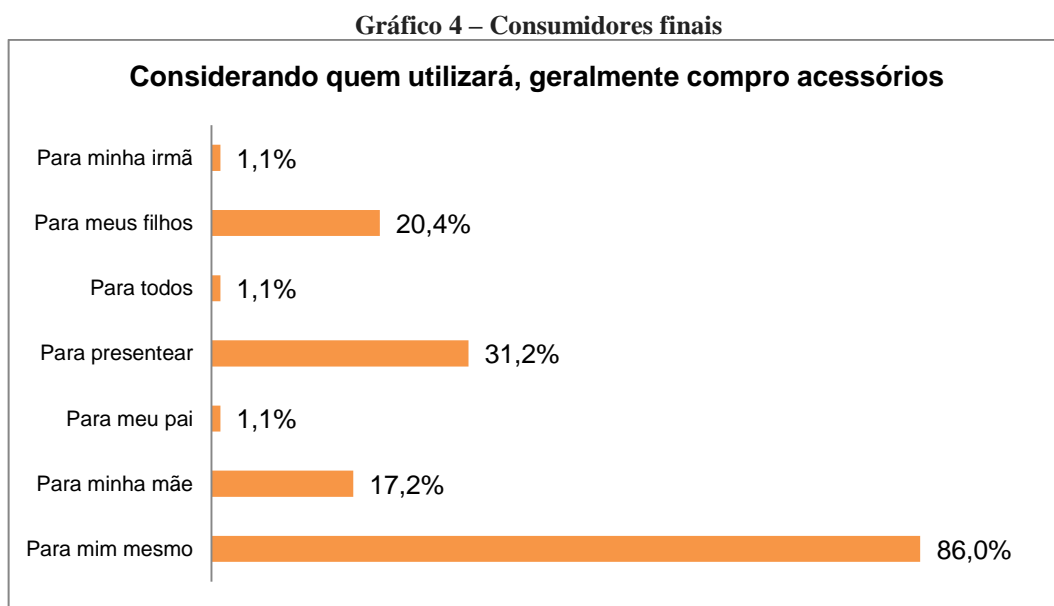
A maioria dos respondentes (58,1%) identificou-se como solteiro. Mas também uma parte significativa (36,6%) identificou-se como casado, sendo estes os principais destaques nesse quesito. No Gráfico 3 são apresentados os percentuais de resposta sobre o estado civil.

**Gráfico 3 – Estado Civil**



**Fonte:** Dados da pesquisa (2020).

Identificou-se que a maioria dos consumidores (86,0%) compra os produtos para si mesmo (conforme o Gráfico 4), e já que os produtos são basicamente de beleza, poderia levar à indução de que está relacionado com a necessidade de quase todos possuem de sentir-se bem. Também se poderia inferir que esse resultado se deve ao fato de a maioria ser solteiro, mas essa correlação necessitaria de uma análise mais precisa.



**Fonte:** Dados da pesquisa (2020).

De acordo com a pesquisa, notou-se que a maioria dos respondentes (48,4%) raramente consome os tipos de produtos que a Cléo Bijú oferece, ou seja, a frequência entre uma compra e outra é baixa. Essa pouca frequência de consumo aliada a pouca quantidade a cada compra, reafirma o baixo nível de vendas. Com isso podemos confirmar que o mercado local atualmente não está favorável, como mencionado pela Dona da empresa. Os dois próximos gráficos ilustram essa afirmação.

O Gráfico 5 demonstra que a maioria dos respondentes (48,4%) consomem raramente, e 47,3% consomem de 1 a 2 vezes por mês, o que, segundo a proprietária do negócio, é uma frequência baixa.

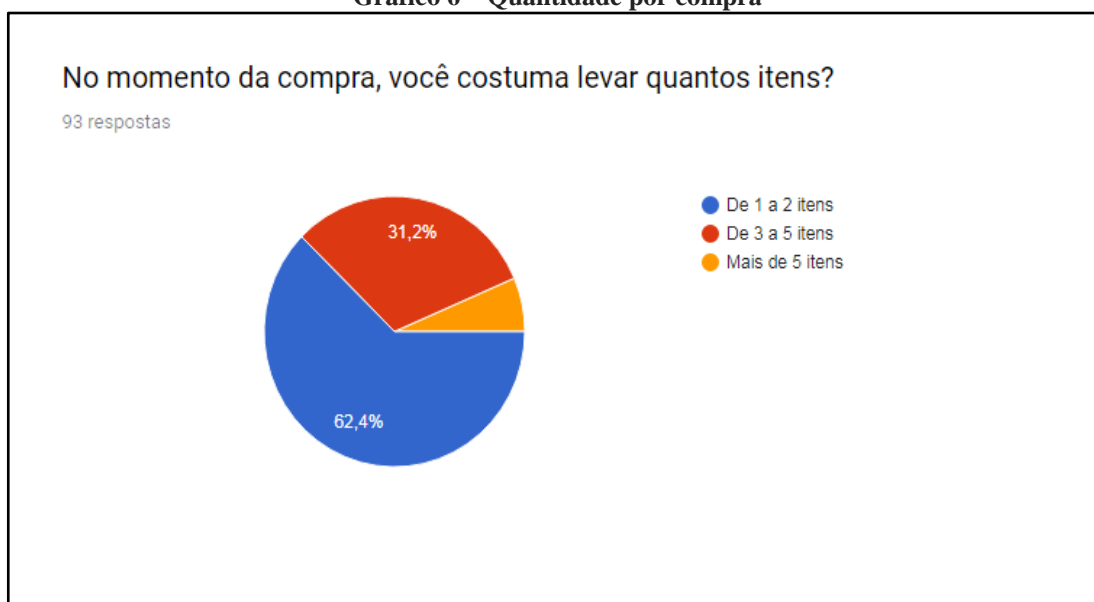
Gráfico 5 – Frequência



Fonte: Dados da pesquisa (2020).

No Gráfico 6, podemos identificar que a maioria do consumo (62,4%) é de 1 a 2 itens a cada compra.

Gráfico 6 – Quantidade por compra

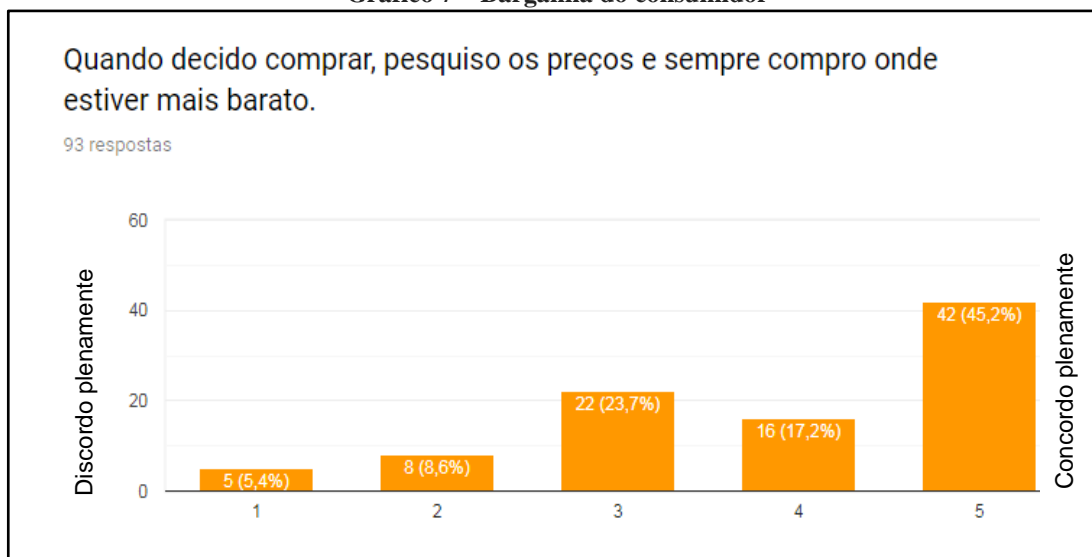


Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Conforme os Gráficos 7 e 8, foi identificado que o consumo se dá com base no menor preço, mas também na melhor qualidade, o que traz uma das grandes dificuldades desse ramo, que é mostrar o custo-benefício dos produtos e o poder de barganha do consumidor.

No Gráfico 7, é demonstrado a preferência do consumidor pelo preço, que em sua maioria (62,4%) das respostas, considera o menor preço como um item importante na sua decisão de compra. O que pode estar relacionada com a baixa renda dos respondentes identificada anteriormente.

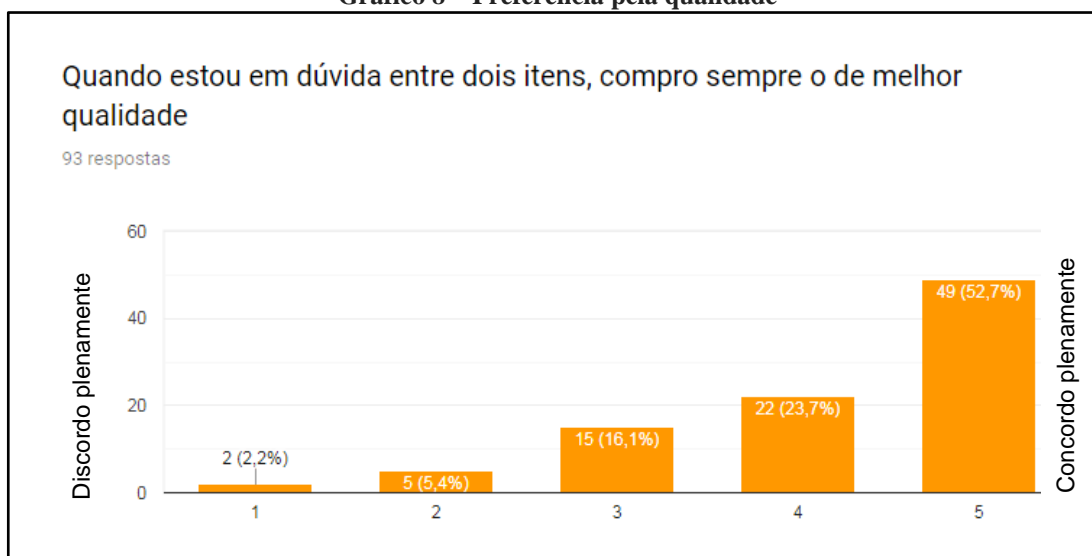
**Gráfico 7 – Barganha do consumidor**



**Fonte:** Dados da pesquisa (2020).

No Gráfico 8, é demonstrado a preferência do consumidor pela qualidade do produto, que em sua maioria (76,4%) concordam que o produto com qualidade é um quesito importante na sua decisão de compra, o que demonstra que a qualidade foi mais determinante, mas mesmo com essa preferência os consumidores ainda consideram o preço um fator importante, conforme demonstrado anteriormente.

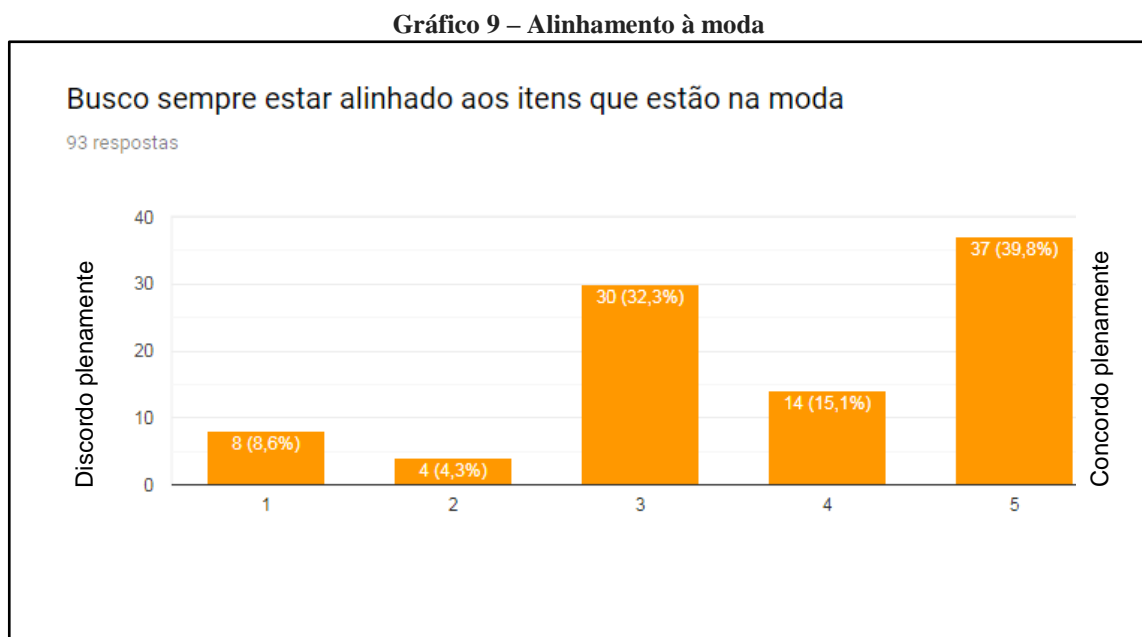
**Gráfico 8 – Preferência pela qualidade**



**Fonte:** Dados da pesquisa (2020).



Outro fator importante é o alinhamento do cliente com os produtos da moda, onde a maioria (54,9%) se diz buscar estar alinhado à moda, revelando aqui uma das dificuldades desse ramo que é o modismo. Também foi identificada que boa parte das respostas (32,3%) foram neutras, o que pode significar que quase um terço das pessoas consomem os produtos da moda, mas não são tão apegadas a eles. Com isso deve-se ficar alerta quanto a um alto investimento em produtos da moda. Como mencionado na Análise SWOT, a moda pode trazer oportunidades, mas também ameaças ao negócio. O Gráfico 9 demonstra as porcentagens sobre o alinhamento à moda.

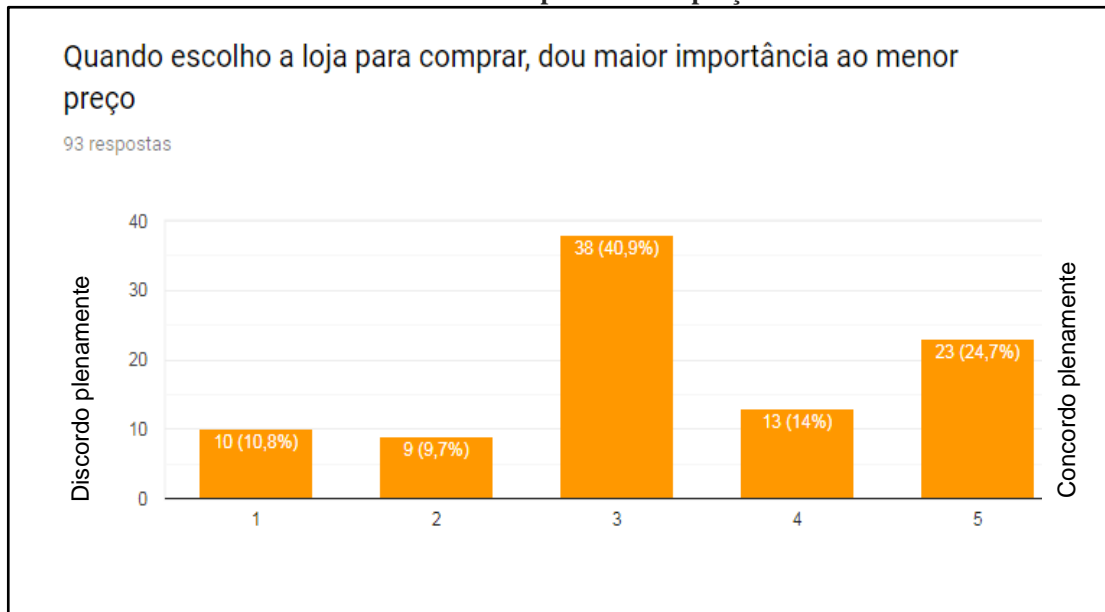


**Fonte:** Dados da pesquisa (2020)

### 3.2 Análise da preferência da loja

Aqui se busca identificar quais são as preferências do consumidor que o faz preferir uma loja em vez de outra, para que se possam encontrar os pontos a serem melhorados com o objetivo de atrair os clientes.

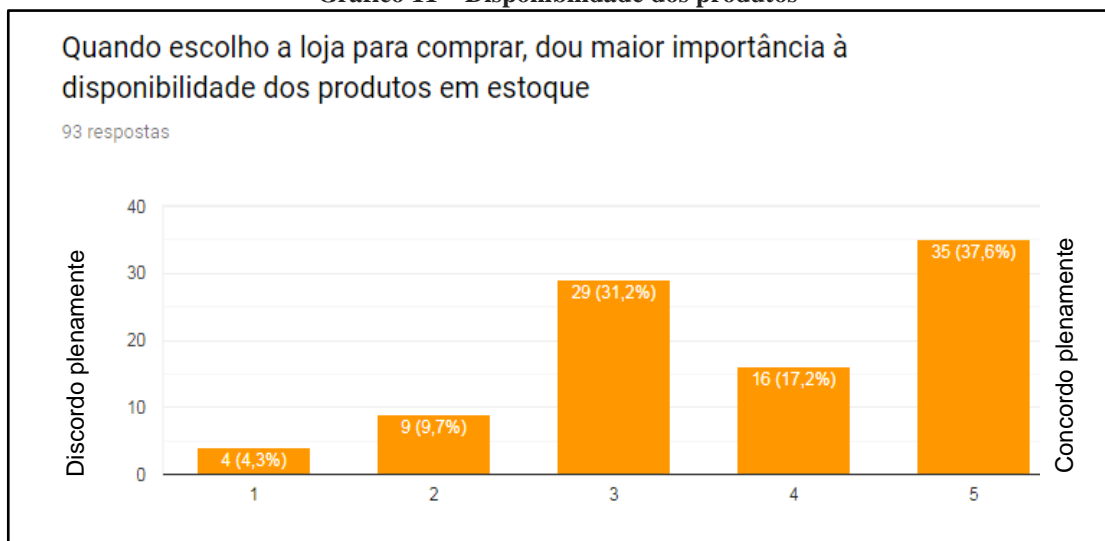
O Gráfico 10 a seguir demonstra que, no que diz respeito à preferência pelo local da compra, o preço não é o fator mais importante, o que corrobora com as análises dos Gráficos 7 e 8, em que se dá maior preferência pela qualidade. O índice possui uma medida significativa, mas não é fator determinante como outros que serão apresentados, onde a maioria das respostas (40,9%) foi neutra.

**Gráfico 10 – Importância do preço**

**Fonte:** Dados da pesquisa (2020).

Mais dois fatores se apresentam interessantes revelados pela pesquisa, e demonstrados nos Gráficos 11 e 12 a seguir, que se relacionam com a preferência a partir da disponibilidade do estoque e da forma de exposição dos produtos. Estes apresentam medidas bem semelhantes.

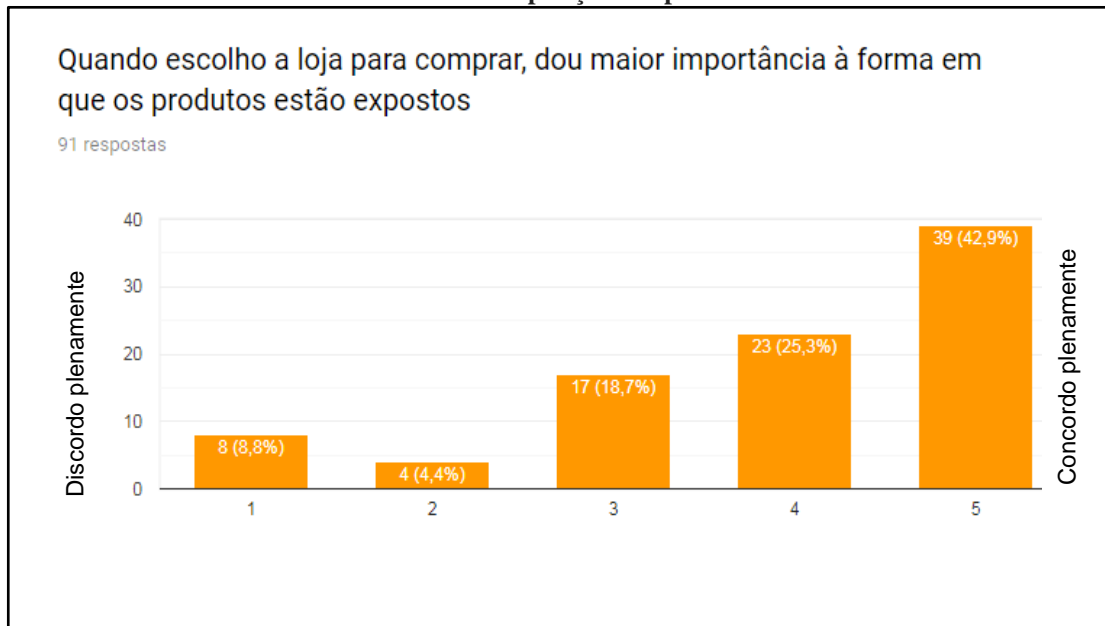
No Gráfico 11, aproximadamente 55% dos respondentes, concordam que a disponibilidade dos produtos é um fator decisivo no momento da compra. O que pode transmitir para o cliente segurança relacionado ao ciclo de compra dos produtos.

**Gráfico 11 – Disponibilidade dos produtos**

**Fonte:** Dados da pesquisa (2020).

No Gráfico 12 mais de 68% dos respondentes disseram se importar com a forma com que os produtos estão expostos. O que pode estar ligado com a relação de beleza demandada pelo cliente, pois se ele busca ter uma boa aparência, também deseja perceber isso no momento da compra.

**Gráfico 12 – Exposição dos produtos**

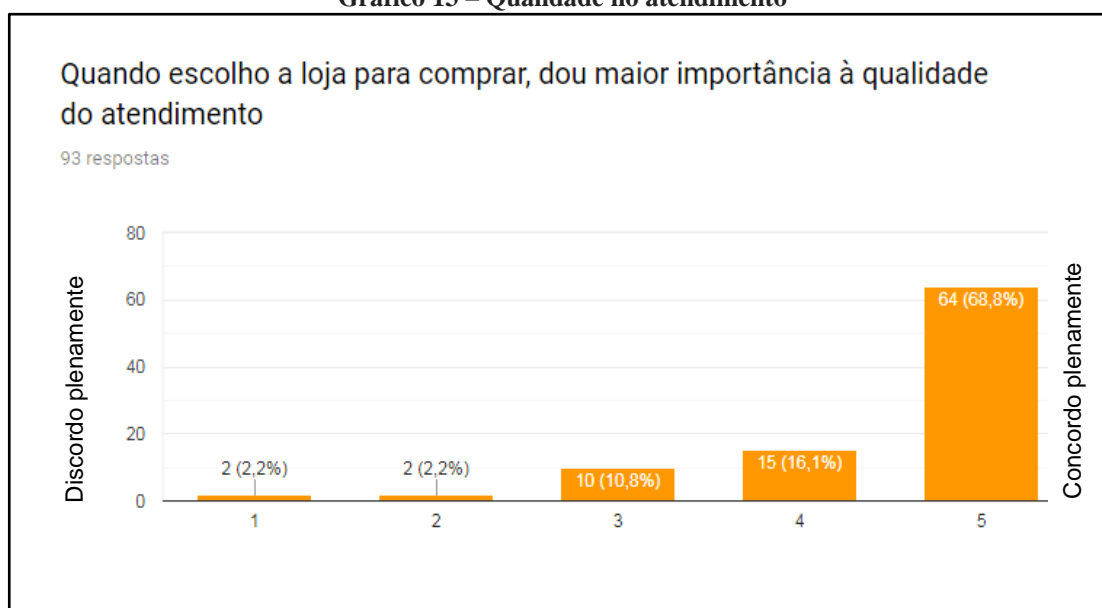


**Fonte:** Dados da pesquisa (2020).

Os Gráficos que serão demonstrados a seguir apresentam pontos que são considerados os fatores críticos de sucesso do negócio. A pesquisa revelou serem os de mais importância para a empresa, já que obtiveram o maior destaque entre os que responderam que discordam e os que concordam. O que indica significar que melhorar ou piorar nesses pontos, será determinante para o futuro da empresa.

O Gráfico 13 apresenta o fator qualidade no atendimento, que retornou o maior valor de importância para os clientes, com quase 70% das respostas. Sendo esse um dos pontos forte da empresária, que deve ser melhorado continuamente para que seja o diferencial de seu negócio.

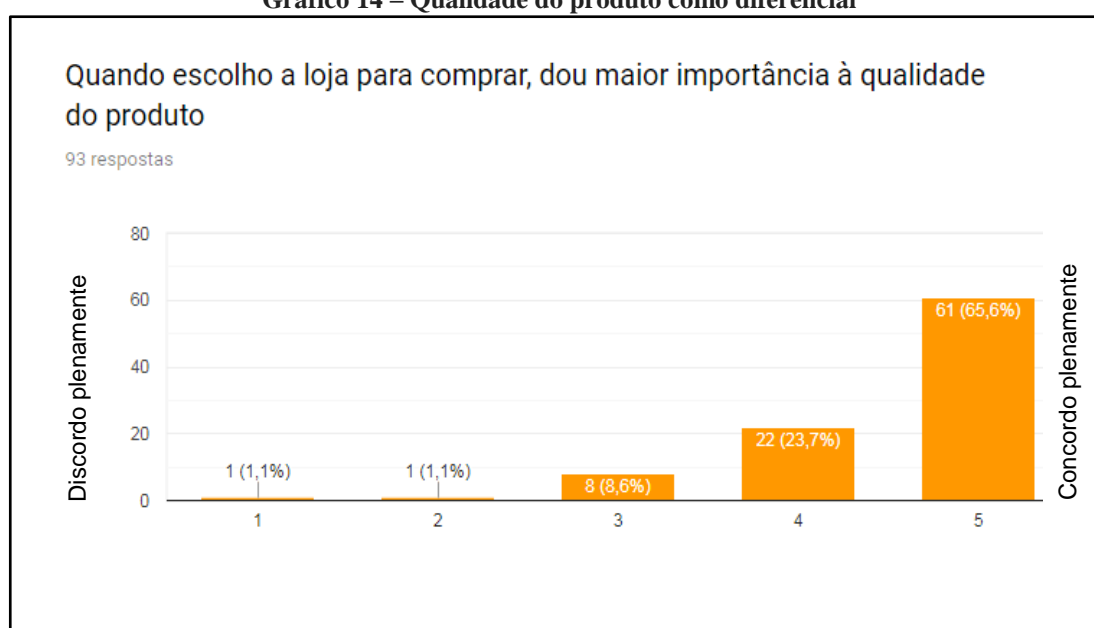
Gráfico 13 – Qualidade no atendimento



Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Outro fator importantíssimo está na atenção dada à qualidade do produto, o que leva o dono do negócio a sempre estar preocupado com o que oferece a seus clientes para que seja gerada uma relação de confiança e possível fidelização, como pode ser demonstrado no Gráfico 14, onde mais de 89% dos respondentes têm a qualidade do produto como fator determinante no momento da escolha da loja.

Gráfico 14 – Qualidade do produto como diferencial

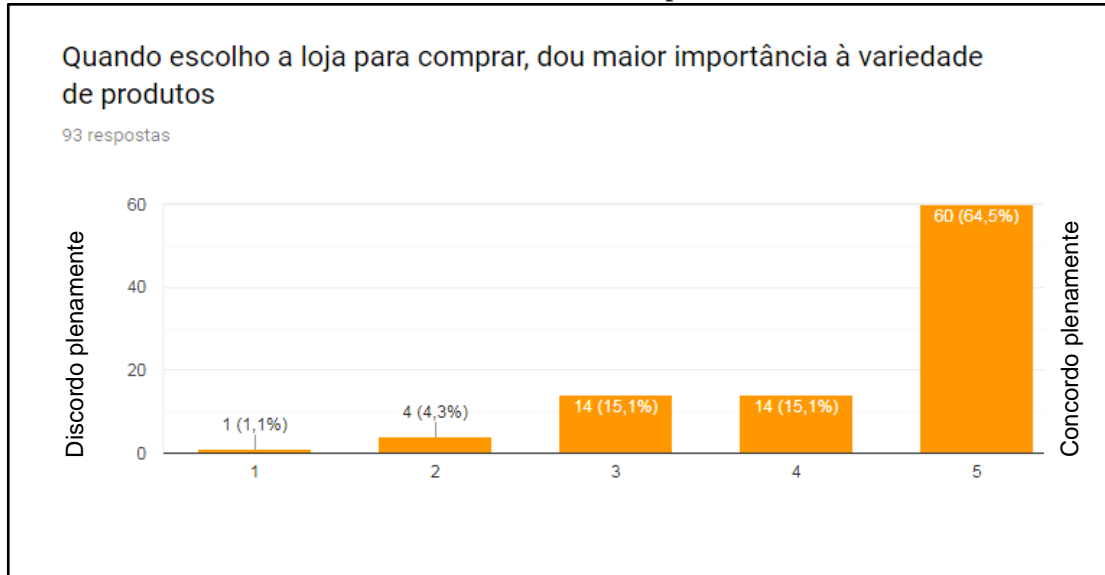


Fonte: Dados da pesquisa (2020).

A variedade de produtos, como demonstrado no Gráfico 15, também é destaque no momento da escolha de onde comprar, assim como a disponibilidade e exposição, relaciona-

se com a relação de segurança entre cliente e empresa, e esse conjunto determina a decisão da compra.

**Gráfico 15 – Variedade dos produtos**



**Fonte:** Dados da pesquisa (2020)

A organização geral da loja também é um fator importante no momento da escolha do local da compra, como demonstrado no Gráfico 16. Quase 70% dos respondentes valorizam a organização da loja. Sendo esse um dos pontos fracos da empresa Cléo Bijú, é algo que deve ser mudado com urgência, principalmente levando em consideração a crise no setor local, para que as vendas sejam mais promissoras e garanta maior retorno para a empresa.

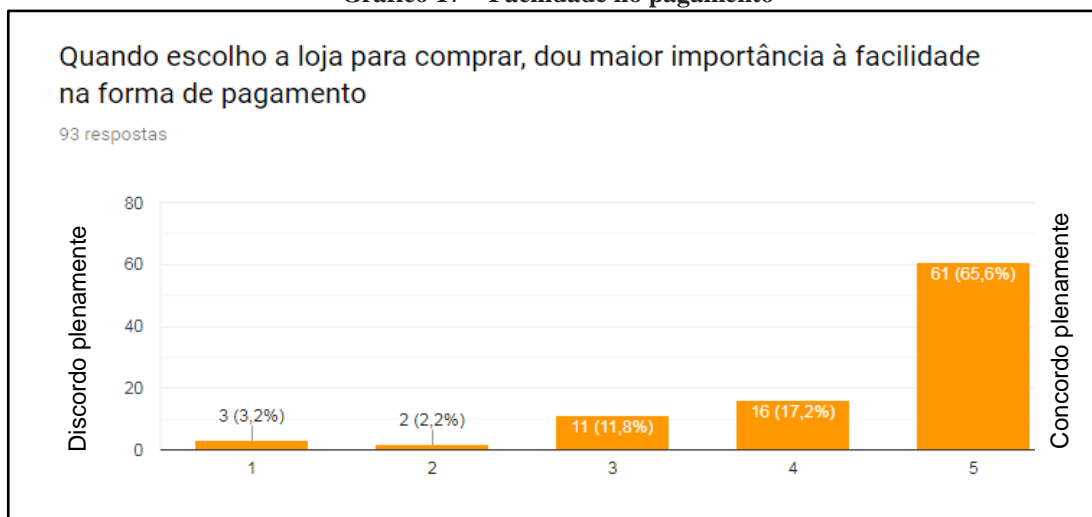
**Gráfico 16 – Organização da loja**



**Fonte:** Dados da pesquisa (2020).

O Gráfico 17 demonstra que 82,8% dos respondentes levam em consideração a importância da facilidade no pagamento. Isso pode remeter ao fato de que os pesquisados são em sua maioria de renda baixa, e quanto mais fácil e mais opções de pagamento, melhor será para eles.

**Gráfico 17 – Facilidade no pagamento**



**Fonte:** Dados da pesquisa (2020).

Por fim, outro ponto a ser analisado é a forma de pagamento, pois apesar da maioria preferir pagar à vista (61,3%), como apresentado no Gráfico 18, o pagamento por cartão de crédito representa quase um terço dos clientes (31,2%). Essa seria uma ótima forma de aumentar as vendas da empresa, levando em consideração que estes clientes fazem compra na concorrência e que a facilidade do cartão pode fazer com que aumente não apenas a frequência, mas também a quantidade por compra.

**Gráfico 18 – Forma de pagamento**



**Fonte:** Dados da pesquisa (2020).

## 4. PLANO DE MARKETING

### 4.1 Logomarca

A Figura 03 apresenta a logomarca definida pela proprietária da empresa Cléo Bijú. A cor laranja, preferida da proprietária, também traz uma sensação de alegria e elegância à marca. O diamante, que substitui o acento no nome Cléo, demonstra tanto o produto que é comercializado na empresa (mesmo que não sejam joias, mas são itens substitutos) quanto demonstram qualidade e delicadeza, já que é uma pedra preciosa. Os brilhos ao final do nome representam o brilho das próprias peças que são comercializadas na loja. E a fonte da letra escolhida foi para demonstrar a delicadeza e dedicação, muito importante nesse tipo de comércio, principalmente no trato com o cliente.

**Figura 03 - Logo**



**Fonte:** Elaboração própria (2020)

### 4.2 Produtos

No Quadro 04 serão listados os produtos que compõem o mix da empresa Cléo Bijú. Essa lista é composta de 151 itens atualmente, apresentados a seguir:

**Quadro 04 - Produtos**

1.	Alargador n1	14.	Banana de cabelo enfeite
2.	Alargador variado	15.	Banana de cabelo luxo
3.	Aliança em aço	16.	Banana de cabelo simples
4.	Aliança folheada	17.	Bandana
5.	Anel com pedra	18.	Batom 24h
6.	Anel infantil	19.	Bico de Pato metal
7.	Argola aço grande	20.	Bico de Pato plástico
8.	Argola aço média	21.	Bolsinha de moeda grande
9.	Argola aço pequena	22.	Bolsinha de moeda pequena
10.	Argola bijuteria variada	23.	Bolsinha de moeda redonda
11.	Argola folheada grande	24.	Brinco aço pequeno
12.	Argola folheada média	25.	Brinco bijuteria grande
13.	Argola folheada pequena	26.	Brinco bijuteria médio

27.	Brinco bijuteria pequeno
28.	Brinco bola
29.	Broche de cabelo strass
30.	Carteira adulto
31.	Carteira infantil
32.	Carteira para cartão
33.	Chaveiro cordão
34.	Chaveiro emborrachado
35.	Chaveiro metal
36.	Cola instantânea
37.	Cola para unhas postiças
38.	Colar aço
39.	Colar folheado
40.	Conjunto colar bijuteria
41.	Conjunto pulseira infantil
42.	Cordão letra
43.	Cordão tatoo
44.	Cortador de unha grande
45.	Cortador de unha médio
46.	Cortador de unha pequeno
47.	Diadema enfeite grande
48.	Diadema fino
49.	Diadema infantil
50.	Diadema largo
51.	Diadema nó veludo
52.	Diadema simples
53.	Escova bonitinho
54.	Espelho de bolso
55.	Espelho n4
56.	Friso comum
57.	Friso strass simples
58.	Lacinho de liga
59.	Lacinho de velcro
60.	Lacinho infantil
61.	Laço friso infantil grande
62.	Laço friso infantil pequeno
63.	Lâmina de barbear
64.	Lápis de olho
65.	Liga cabelo
66.	Liga pulseira
67.	Linha 182m
68.	Linha 91m
69.	Maquiagem grande
70.	Maquiagem pequena
71.	Maria chiquinha
72.	Marrafa acrílico
73.	Marrafa com strass

74.	Marrafa comum
75.	Pente cabo fino
76.	Pente fino
77.	Pente grande bonitinho
78.	Pente grande simples
79.	Pente pata
80.	Pente pata pequeno
81.	Pente pequeno com cabo
82.	Pente pequeno sem cabo
83.	Piercing língua
84.	Piercing nariz argola
85.	Piercing nariz argola com pedra
86.	Piercing nariz pedra
87.	Piercing queixo
88.	Piercing smile
89.	Piercing sobancelha
90.	Piercing travessão
91.	Piercing umbigo aço grande
92.	Piercing umbigo aço pequeno
93.	Piercing umbigo silicone
94.	Pilha AA
95.	Pilha AAA
96.	Piranha metal grande
97.	Piranha metal média
98.	Piranha metal mini
99.	Piranha metal pequena
100.	Piranha metal strass pequena
101.	Piranha plástico grande
102.	Piranha plástico média
103.	Piranha plástico pequena
104.	Piranha sofisticada
105.	Pó compacto Queen
106.	Pó compacto yvis
107.	Presilha simples grande
108.	Presilha simples pequena
109.	Presilha strass grande
110.	Presilha strass pequena
111.	Pulseira artesanato fina
112.	Pulseira artesanato larga
113.	Pulseira strass 11
114.	Pulseira strass 21
115.	Pulseira terço em madeira
116.	Serra de unha fina
117.	Serra de unha larga
118.	Serra de unha pequena
119.	Tarraxa de brinco
120.	Terço comum grande



121.	Terço comum pequeno
122.	Terço em madeira 1m
123.	Terço em madeira pequeno
124.	Terço pérola grande
125.	Terço pérola pequeno
126.	Tiara crochê
127.	Tiara laço infantil
128.	Tiara tecido comum
129.	Tic-tac simples grande
130.	Tic-tac simples médio
131.	Tic-tac simples pequeno
132.	Tic-tac strass
133.	Tic-tac strass grande
134.	Touca
135.	Unhas postiças comum
136.	Unhas postiças enfeite
137.	Unhas postiças infantil

138.	Xuxa cabelo
139.	Xuxa comum extra grande
140.	Xuxa comum grande
141.	Xuxa comum média
142.	Xuxa comum mini
143.	Xuxa comum pequena
144.	Xuxa pom pom
145.	Xuxa tecido
146.	Xuxa tipo meia enfeite
147.	Xuxa tipo meia orelhas
148.	Xuxa tipo meia simples
149.	Xuxa veludo
150.	Zíper comum
151.	Zíper jeans

### 4.3 Preço

A estratégia de precificação é baseada em três pilares. Primeiramente, no preço de mercado: de acordo com o que os concorrentes aplicam, visando principalmente não ultrapassar o valor estabelecido por eles. Segundo, é baseado no cliente, que não seja muito barato de modo que o cliente desvalorize a mercadoria, nem muito caro, fazendo com que ele não compre. Terceiro, é pela margem de lucro mínima, que é em média de 50%.

**Quadro 05 – Preço dos produtos**

	<b>Produto</b>	<b>Preço</b>
1.	Alargador n1	R\$ 2,00
2.	Alargador variado	R\$ 3,00
3.	Aliança em aço	R\$ 5,00
4.	Aliança folheada	R\$ 5,00
5.	Anel com pedra	R\$ 5,00
6.	Anel infantil	R\$ 2,00
7.	Argola aço grande	R\$ 7,00
8.	Argola aço média	R\$ 5,00
9.	Argola aço pequena	R\$ 3,00
10.	Argola bijuteria variada	R\$ 3,00
11.	Argola folheada grande	R\$ 8,00
12.	Argola folheada média	R\$ 7,00
13.	Argola folheada pequena	R\$ 5,00
14.	Banana de cabelo enfeite	R\$ 3,00
15.	Banana de cabelo luxo	R\$ 5,00
16.	Banana de cabelo simples	R\$ 2,00
17.	Bandana	R\$ 8,00

18.	Batom 24h	R\$ 4,00
19.	Bico de Pato metal	R\$ 5,00
20.	Bico de Pato plástico	R\$ 5,00
21.	Bolsinha de moeda grande	R\$ 4,00
22.	Bolsinha de moeda pequena	R\$ 3,00
23.	Bolsinha de moeda redonda	R\$ 2,00
24.	Brinco aço pequeno	R\$ 3,00
25.	Brinco bijuteria grande	R\$ 7,00
26.	Brinco bijuteria médio	R\$ 5,00
27.	Brinco bijuteria pequeno	R\$ 2,00
28.	Brinco bola	R\$ 1,00
29.	Broche de cabelo strass	R\$ 5,00
30.	Carteira adulto	R\$ 10,00
31.	Carteira infantil	R\$ 5,00
32.	Carteira para cartão	R\$ 2,00
33.	Chaveiro cordão	R\$ 2,00
34.	Chaveiro emborrachado	R\$ 4,00
35.	Chaveiro metal	R\$ 3,00
36.	Cola instantânea	R\$ 1,50
37.	Cola para unhas postiças	R\$ 3,00
38.	Colar aço	R\$ 8,00
39.	Colar folheado	R\$ 11,00
40.	Conjunto colar bijuteria	R\$ 10,00
41.	Conjunto pulseira infantil	R\$ 3,00
42.	Cordão letra	R\$ 2,00
43.	Cordão tatoo	R\$ 3,00
44.	Cortador de unha grande	R\$ 5,00
45.	Cortador de unha médio	R\$ 4,00
46.	Cortador de unha pequeno	R\$ 2,00
47.	Diadema enfeite grande	R\$ 10,00
48.	Diadema fino	R\$ 3,00
49.	Diadema infantil	R\$ 5,00
50.	Diadema largo	R\$ 4,00
51.	Diadema nó veludo	R\$ 7,00
52.	Diadema simples	R\$ 2,00
53.	Escova bonitinho	R\$ 2,00
54.	Espelho de bolso	R\$ 1,50
55.	Espelho n4	R\$ 5,00
56.	Friso comum	R\$ 1,00
57.	Friso strass simples	R\$ 1,00
58.	Lacinho de liga	R\$ 2,00
59.	Lacinho de velcro	R\$ 2,00
60.	Lacinho infantil	R\$ 2,00
61.	Laço friso infantil grande	R\$ 5,00
62.	Laço friso infantil pequeno	R\$ 3,00
63.	Lâmina de barbear	R\$ 2,50
64.	Lápis de olho	R\$ 3,50
65.	Liga cabelo	R\$ 1,00

66.	Liga pulseira	R\$ 2,00
67.	Linha 182m	R\$ 2,00
68.	Linha 91m	R\$ 1,50
69.	Maquiagem grande	R\$ 25,00
70.	Maquiagem pequena	R\$ 10,00
71.	Maria chiquinha	R\$ 2,00
72.	Marrafa acrílico	R\$ 2,00
73.	Marrafa com strass	R\$ 2,00
74.	Marrafa comum	R\$ 1,00
75.	Pente cabo fino	R\$ 1,00
76.	Pente fino	R\$ 1,00
77.	Pente grande bonitinho	R\$ 1,50
78.	Pente grande simples	R\$ 1,00
79.	Pente pata	R\$ 1,00
80.	Pente pata pequeno	R\$ 0,50
81.	Pente pequeno com cabo	R\$ 0,75
82.	Pente pequeno sem cabo	R\$ 0,50
83.	Piercing língua	R\$ 2,00
84.	Piercing nariz argola	R\$ 2,00
85.	Piercing nariz argola com pedra	R\$ 2,00
86.	Piercing nariz pedra	R\$ 1,00
87.	Piercing queixo	R\$ 2,00
88.	Piercing smile	R\$ 2,00
89.	Piercing sobrancelha	R\$ 2,00
90.	Piercing travessão	R\$ 3,00
91.	Piercing umbigo aço grande	R\$ 5,00
92.	Piercing umbigo aço pequeno	R\$ 3,00
93.	Piercing umbigo silicone	R\$ 3,00
94.	Pilha AA	R\$ 2,00
95.	Pilha AAA	R\$ 2,00
96.	Piranha metal grande	R\$ 8,00
97.	Piranha metal média	R\$ 5,00
98.	Piranha metal mini	R\$ 2,00
99.	Piranha metal pequena	R\$ 3,00
100.	Piranha metal strass pequena	R\$ 5,00
101.	Piranha plástico grande	R\$ 2,00
102.	Piranha plástico média	R\$ 1,00
103.	Piranha plástico pequena	R\$ 0,50
104.	Piranha sofisticada	R\$ 3,00
105.	Pó compacto Queen	R\$ 7,00
106.	Pó compacto yvis	R\$ 5,00
107.	Presilha simples grande	R\$ 4,00
108.	Presilha simples pequena	R\$ 3,00
109.	Presilha strass grande	R\$ 10,00
110.	Presilha strass pequena	R\$ 5,00
111.	Pulseira artesanato fina	R\$ 1,00
112.	Pulseira artesanato larga	R\$ 2,00
113.	Pulseira strass 1l	R\$ 3,00

114.	Pulseira strass 2l	R\$ 5,00
115.	Pulseira terço em madeira	R\$ 7,00
116.	Serra de unha fina	R\$ 0,35
117.	Serra de unha larga	R\$ 0,50
118.	Serra de unha pequena	R\$ 0,20
119.	Tarraxa de brinco	R\$ 1,00
120.	Terço comum grande	R\$ 2,00
121.	Terço comum pequeno	R\$ 1,00
122.	Terço em madeira 1m	R\$ 30,00
123.	Terço em madeira pequeno	R\$ 5,00
124.	Terço pérola grande	R\$ 20,00
125.	Terço pérola pequeno	R\$ 5,00
126.	Tiara crochê	R\$ 2,00
127.	Tiara laço infantil	R\$ 5,00
128.	Tiara tecido comum	R\$ 3,00
129.	Tic-tac simples grande	R\$ 2,00
130.	Tic-tac simples médio	R\$ 1,00
131.	Tic-tac simples pequeno	R\$ 0,50
132.	Tic-tac strass	R\$ 3,00
133.	Tic-tac strass grande	R\$ 4,00
134.	Touca	R\$ 4,00
135.	Unhas postiças comum	R\$ 2,00
136.	Unhas postiças enfeite	R\$ 2,00
137.	Unhas postiças infantil	R\$ 4,00
138.	Xuxa cabelo	R\$ 4,00
139.	Xuxa comum extra grande	R\$ 1,00
140.	Xuxa comum grande	R\$ 0,50
141.	Xuxa comum média	R\$ 2,00
142.	Xuxa comum mini	R\$ 2,00
143.	Xuxa comum pequena	R\$ 2,00
144.	Xuxa pom pom	R\$ 2,00
145.	Xuxa tecido	R\$ 2,00
146.	Xuxa tipo meia enfeite	R\$ 3,00
147.	Xuxa tipo meia orelhas	R\$ 2,00
148.	Xuxa tipo meia simples	R\$ 2,00
149.	Xuxa veludo	R\$ 2,00
150.	Zíper comum	R\$ 0,75
151.	Zíper jeans	R\$ 1,00

Fonte: Elaboração própria (2020)

#### 4.4 Estratégias Promocionais

Atualmente a promoção da loja é feita através do próprio ponto, a partir da exposição dos próprios produtos aos possíveis clientes e, esporadicamente, também acontece a divulgação dos produtos através do perfil pessoal no *Instagram* da filha da empresária.

A estratégia que será desenvolvida a partir deste Plano de Negócios será a criação de um perfil da loja no *Instagram*, onde serão postadas as fotos dos principais produtos oferecidos e assim se tornar mais próximo aos clientes e ainda poder captar mais, além de também ser possível estabelecer e fazer conhecida a marca da empresa na cidade de Santa Rita (propósito deste trabalho).

#### **4.5 Estrutura de Comercialização**

Nossa estrutura conta com uma loja, relativamente pequena, mas que atende bem os propósitos da empresária e necessidade do cliente, já que consiste no comércio de itens que são geralmente pequenos e leves, o que permite a exposição deles com facilidade e em espaços pequenos. E também permite o melhor atendimento, já que a empresária atua sozinha nas vendas, de modo que ela consiga atender e também prestar atenção em toda loja.

#### **4.6 Localização do Negócio**

A estrutura física do empreendimento, o ponto, é localizada na Rua da Bugiganga, número 297, Mercado Público de Santa Rita, que fica no Centro da cidade de Santa Rita – PB.

Esse local há muito estava nos planos de aquisição da empresária, por se tratar de um ponto bem localizado, próximo a pontos de comércio de alimentos (itens essenciais de feira), e que também possibilitava a empresária sair das condições precárias de trabalhava anteriormente, em que tinha de arrumar e desarrumar todo o ponto e as mercadorias, já que trabalhava na calçada de uma loja de móveis, além do desconforto que existia para ela e seus clientes.

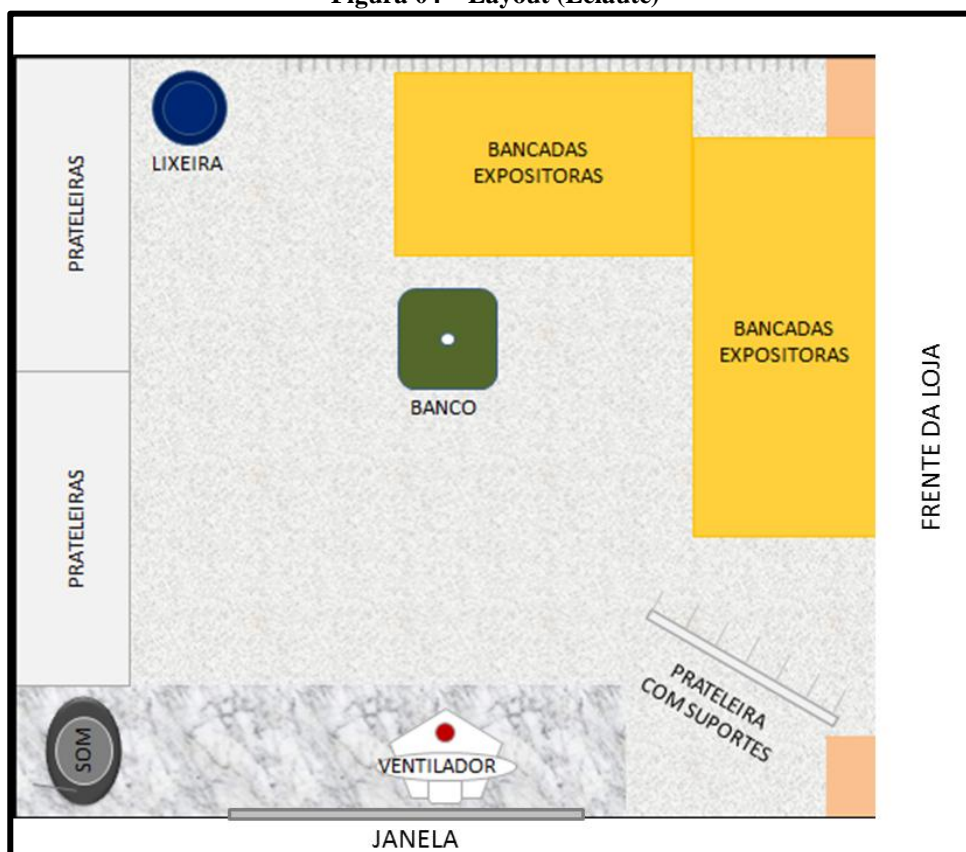
## 5. PLANO OPERACIONAL

### 5.1 Layout

A organização estrutural do negócio será apresentada seguir (Figura 04). Foi aproveitado ao máximo o espaço disponibilizado, pois já que o mesmo é alugado, sua estrutura física não pode ser muito alterada.

O ponto é de esquina e possui uma janela lateral, o que favorece a visão dos possíveis clientes a uma distância maior. Existem duas bancadas expositoras onde são dispostos os produtos a serem comercializados, essa é a forma de exposição principal da Cléo Bijú, mas ainda conta com as prateleiras ao fundo da loja onde são expostos os produtos maiores ou que veem em cartelas que podem ser penduradas e notadas à distância, também possui a prateleira com suporte que possui 1,80m de altura onde são pendurados itens como pacotes de xuxas, xuxas grandes, cartelas de piercings, pulseiras artesanais, e outros produtos menores. Na parede do lado direito possui também alguns suportes para dependurar outros itens que tenham muita visibilidade, como é o caso dos cordões de letras e cartelas de tic-tac, que possuem uma grande variedade. A loja também possui um ventilador e um micro system para um melhor conforto da proprietária. E itens básicos como um banco para sentar nos momentos ociosos e uma lixeira.

**Figura 04 – Layout (Leiaute)**



Fonte: Elaboração Própria (2020).

## **5.2 Capacidade instalada**

O negócio tem uma capacidade máxima de atendimento de 1.400 clientes por mês, levando em consideração que a vendedora e proprietária da loja leva, em média, cinco minutos para atender um cliente. A capacidade simultânea de atendimento é prejudicada pelo fato de que só existe uma atendente, fazendo com que os clientes demorem mais tempo do que o normal para finalizar o atendimento ou não seja dada a atenção merecida, ou até que se perca o cliente.

## **5.3 Processos Operacionais**

A única responsável por todas as etapas do processo é a proprietária do negócio, portanto ela é quem realiza a compra dos produtos, organização, venda e fluxo de caixa, etapas que serão mais bem descritas a seguir:

### **5.3.1 Compra**

A proprietária realiza as compras dos produtos pessoalmente na capital, João Pessoa, onde, partindo da necessidade, ela planeja as lojas que irá visitar e fazer as compras. Nesse momento, ela escolhe os produtos que estão com baixo estoque e faz o pagamento, geralmente com cartão de crédito.

### **5.3.2 Organização**

Esse é o momento de organização dos produtos comprados para a revenda. Em que se separa os produtos por categoria, são precificados e armazenados e, quando há necessidade, são repostos nas bancadas expositoras.

### **5.3.3 Venda**

O atendimento é a etapa inicial do processo de venda, onde acontece a recepção do cliente com uma saudação e se colocando à disposição em caso de dúvida ou se precisar de ajuda. A partir disso, se houver interesse do cliente, o produto que interessar é retirado da banca ou da prateleira expositora e colocado no saquinho.

#### **5.3.4 Pagamento**

Depois desse momento o cliente pode realizar o pagamento ou pode continuar escolhendo outros produtos caso deseje. Ao finalizar as escolhas, é realizado o pagamento, que acontece atualmente somente por meio de dinheiro em espécie, aguarda-se o troco, se houver, e com isso a vendedora se despede do cliente e o convida a voltar. Porém, a partir desse Plano de Negócios, será oferecida a forma de pagamento também por meio de cartão de crédito, onde o cliente vai precisar decidir qual a melhor forma de pagamento para si, informar à vendedora e aí assim, finalizar a venda.

#### **5.3.5 Fluxo de caixa**

Após a realização da venda, são feitas as anotações sobre os produtos e valores que foram vendidos. Ao final do dia, é contabilizado o total do faturamento.

#### **5.4 Necessidade de pessoal**

Atualmente o negócio conta apenas com sua proprietária que é a mesma pessoa que realiza as vendas e é responsável por todos os processos.

#### **5.5 Estrutura Organizacional**

Como dito anteriormente há apenas uma pessoa na empresa, que é a responsável por todos os processos, portanto não há necessidade da construção de um organograma.



## 6. PLANO FINANCEIRO

### 6.1 Investimentos fixos

Os investimentos fixos correspondem aos bens que a empresa precisa para funcionar adequadamente. A seguir, no Quadro 06, serão apresentados os itens adquiridos pela empresária para o funcionamento do negócio.

**Quadro 06 – Investimentos fixos**

Item	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
1.	Micro system	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
2.	Ventilador	1	R\$ 70,00	R\$ 70,00
3.	Grade expositora	6	R\$ 100,00	R\$ 600,00
4.	Grampeador	1	R\$ 8,00	R\$ 8,00
5.	Perfurador	1	R\$ 15,00	R\$ 15,00
6.	Alicate artesanal	1	R\$ 9,00	R\$ 9,00
7.	Etiquetadora manual	1	R\$ 25,00	R\$ 25,00
<b>TOTAL</b>				<b>R\$ 877,00</b>

Fonte: Elaboração própria (2020)

### 6.2 Capital de Giro

#### 6.2.1 Estoque Inicial

O estoque inicial, no caso de um estabelecimento comercial, são os produtos que serão adquiridos e vendidos para seu público. Nesse caso, já que a empresa existe no mercado, serão listados os principais produtos que são adquiridos mensalmente e que formam assim o estoque de manutenção do negócio.

**Quadro 07 – Investimento em Insumos**

Item	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
1.	Argola bijuteria	12	R\$ 2,00	R\$ 24,00
2.	Argola folheada/aço	12	R\$ 3,00	R\$ 36,00
3.	Brinco bijuteria	20	R\$ 2,00	R\$ 40,00
4.	Brinco folheado	12	R\$ 3,00	R\$ 36,00
5.	Caixa de linha 182m	1	R\$ 6,00	R\$ 6,00
6.	Caixa de linha 91m	2	R\$ 4,50	R\$ 9,00
7.	Cartela de brinco simples	6	R\$ 4,00	R\$ 24,00
8.	Cartela liga infantil	1	R\$ 8,00	R\$ 8,00
9.	Cartela Maria Chiquinha	2	R\$ 6,00	R\$ 12,00
10.	Cartela Piercing língua	1	R\$ 10,00	R\$ 10,00
11.	Cartela Piercing nariz	1	R\$ 10,00	R\$ 10,00
12.	Cartela Piercing smile	1	R\$ 10,00	R\$ 10,00
13.	Cartela Piercing umbigo	1	R\$ 10,00	R\$ 10,00
14.	Cartela tic tac G	6	R\$ 2,00	R\$ 12,00

15.	Cartela tic tac P	6	R\$ 1,00	R\$ 6,00
16.	Cartela unha postiça	1	R\$ 24,00	R\$ 24,00
17.	Colar bijuteria	6	R\$ 2,00	R\$ 12,00
18.	Cordão aço	6	R\$ 3,00	R\$ 18,00
19.	Cordão de letra	24	R\$ 1,00	R\$ 24,00
20.	Diadema infantil	6	R\$ 3,50	R\$ 21,00
21.	Espelho de bolso	6	R\$ 0,60	R\$ 3,60
22.	Maquiagem G	2	R\$ 15,00	R\$ 30,00
23.	Maquiagem P	2	R\$ 5,00	R\$ 10,00
24.	Pacote de agulha	3	R\$ 3,00	R\$ 9,00
25.	Pacote de xuxa G	2	R\$ 10,00	R\$ 20,00
26.	Pacote de xuxa M	2	R\$ 8,00	R\$ 16,00
27.	Pacote pente cabo fino	1	R\$ 12,00	R\$ 12,00
28.	Pacote pente fino	1	R\$ 8,00	R\$ 8,00
29.	Pacote pente masculino	1	R\$ 7,00	R\$ 7,00
30.	Pacote pente pequeno	1	R\$ 8,00	R\$ 8,00
31.	Pacote piranha plástico G	2	R\$ 4,50	R\$ 13,50
32.	Pacote piranha plástico M	3	R\$ 4,00	R\$ 12,00
33.	Pacote piranha plástico P	2	R\$ 3,00	R\$ 6,00
34.	Pacote serra de unha	1	R\$ 5,00	R\$ 5,00
35.	Pó compacto Queen	5	R\$ 4,00	R\$ 20,00
36.	Pó compacto Yvis	6	R\$ 3,00	R\$ 18,00
37.	Pulseira artesanal	12	R\$ 0,50	R\$ 6,00
38.	Tiara infantil	10	R\$ 3,00	R\$ 30,00
39.	Zíper	12	R\$ 0,50	R\$ 6,00
	<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 590,10</b>

Fonte: Elaboração própria (2020)

## 6.2.2 Caixa Mínimo

Serão demonstrados a seguir os passos para o cálculo da necessidade líquida de capital de giro, e a partir disso encontraremos o valor do caixa mínimo que a empresa precisa ter.

1º passo: Contas a receber – cálculo do prazo médio de recebimento das vendas.

**Quadro 08 - Prazo Médio de Recebimento de Vendas**

Prazo	(%)	Nº de dias	Média em dias
À vista	65	0	0
A prazo (1)	5	15	0,75
A prazo (2)	30	30	9
<b>Prazo Médio Total em dias</b>			<b>10 dias</b>

Fonte: Elaboração Própria (2020).

2º passo: Fornecedores – cálculo do prazo médio de compras

**Quadro 09 - Prazo Médio de Compras**

<b>Prazo</b>	<b>(%)</b>	<b>Nº de dias</b>	<b>Média em dias</b>
À vista	15	0	0
A prazo	85	30	25,5
<b>Prazo Médio Total em dias</b>			<b>26 dias</b>

Fonte: Elaboração Própria (2020).

3º passo: Estoques – cálculo da necessidade média de estoque

**Quadro 10 - Necessidade Média de Estoques**

	<b>Número de dias</b>
Necessidade média de estoques	60

Fonte: Elaboração própria (2020).

4º passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

**Quadro 11 - Necessidade Líquida de Capital de Giro (em dias)**

<b>Recursos da empresa fora do seu caixa</b>	<b>Número de dias</b>
1. Contas a receber - prazo médio de vendas	10
2. Estoques - necessidade média de estoques	60
<b>Subtotal 1 (item 1 + item 2)</b>	<b>70</b>
<b>Recursos de terceiros no caixa da empresa</b>	<b>Número de dias</b>
3. Fornecedores - prazo médio de compras	26
<b>Subtotal 2 (item 3)</b>	<b>26</b>
<b>Necessidade líquida de capital de giro (Subtotal 1 – Subtotal 2)</b>	<b>44 dias</b>

Fonte: Elaboração Própria (2020).

O caixa mínimo representa a reserva de caixa que a empresa precisa ter inicialmente para cobrir seus custos operacionais até recuperar o valor a partir do recebimento das vendas. A seguir temos uma projeção a partir do que foi calculado no subitem 6.2.

**Quadro 12 - Caixa Mínimo**

<b>Custo Fixo Mensal</b>	R\$ 735,56
<b>Custo Variável Mensal</b>	R\$ 842,88
<b>Custo Total da Empresa</b>	R\$ 1.578,44
<b>Custo Total diário</b>	R\$ 52,61
<b>Necessidade Líquida de Capital de Giro (dias)</b>	44
<b>Caixa Mínimo</b>	<b>R\$ 2.315,05</b>

Fonte: Elaboração Própria (2020).

O capital de giro é a reserva financeira necessária para financiar seu ciclo operacional, que envolve a compra dos produtos, o financiamento das vendas e o pagamento das despesas. Abaixo temos a projeção do resumo do capital de giro da empresa:

**Quadro 13 - Capital de Giro (Resumo)**

<b>Descrição</b>	<b>Valor</b>
A – Estoque Inicial	R\$ 590,10
B – Caixa Mínimo	R\$ 2.315,05
<b>TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)</b>	<b>R\$ 2.905,15</b>

**Fonte:** Elaboração Própria (2020).

### 6.3 Investimentos Pré-Operacionais

No Quadro 14 serão apresentados os investimentos necessários para a implantação das melhorias indicadas por este Plano de Negócios.

**Quadro 14 - Investimentos pré-operacionais**

<b>Descrição</b>	<b>Valor</b>
Reforma da estrutura física	R\$ 450,00
Divulgação	R\$ 150,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 600,00</b>

**Fonte:** Elaboração Própria (2020).

### 6.4 Investimento Total

O investimento total representa a soma dos investimentos fixos, financeiros e pré-operacionais, que são os investimentos necessários para a abertura e funcionamento do negócio, nesse caso, para a implantação das devidas melhorias.

**Quadro 15 - Investimento Total**

<b>Descrição</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>
Estimativa dos investimentos fixos – Quadro 6	R\$ 877,00	20
Estimativa do capital de giro – Quadro 13	R\$ 2.905,15	66,3
Estimativa dos investimentos pré-operacionais – Quadro 14	R\$ 600,00	13,7
<b>Total</b>	<b>R\$ 4.382,15</b>	<b>100</b>

**Fonte:** Elaboração Própria (2020).

**Quadro 16 – Fonte de recursos**

<b>Descrição</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>
Recursos próprios	R\$ 4.382,15	100
<b>Total</b>		<b>100</b>

**Fonte:** Elaboração Própria (2020).

## 6.5 Receita Operacional

O Quadro 17 a seguir apresenta uma receita média real, onde o negócio opera com 70% da sua capacidade de atendimento, que é a mais comum durante o ano.

**Quadro 17 - Receita Operacional**

Unidade	Produto	Preço	Quantidade	Faturamento/mês	Faturamento/ano
Unidade	Agulha	R\$ 0,50	6	R\$ 3,00	R\$ 36,00
Unidade	Agulha	R\$ 0,35	10	R\$ 3,50	R\$ 42,00
Unidade	Alargador n1	R\$ 2,00	5	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Unidade	Aliança aço	R\$ 3,00	4	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Par	Aliança aço	R\$ 5,00	3	R\$ 15,00	R\$ 180,00
Unidade	Aliança folheada	R\$ 5,00	4	R\$ 20,00	R\$ 240,00
Unidade	Anel folheado	R\$ 5,00	3	R\$ 15,00	R\$ 180,00
Unidade	Anel infantil	R\$ 2,00	6	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Argola aço M	R\$ 5,00	5	R\$ 25,00	R\$ 300,00
Unidade	Argola aço P	R\$ 2,00	4	R\$ 8,00	R\$ 96,00
Unidade	Argola bijuteria	R\$ 4,00	8	R\$ 32,00	R\$ 384,00
Unidade	Argola bijuteria P	R\$ 3,00	6	R\$ 18,00	R\$ 216,00
Unidade	Argola em aço	R\$ 7,00	5	R\$ 35,00	R\$ 420,00
Unidade	Argola folheada	R\$ 8,00	5	R\$ 40,00	R\$ 480,00
Unidade	Argola folheada M	R\$ 5,00	4	R\$ 20,00	R\$ 240,00
Unidade	Banana luxo	R\$ 4,00	3	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Bandana	R\$ 6,00	1	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Batom 24h	R\$ 4,00	6	R\$ 24,00	R\$ 288,00
Unidade	Bico de pato	R\$ 1,00	1	R\$ 1,00	R\$ 12,00
Unidade	Bico de pato plástico	R\$ 0,50	12	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Bolsinha moeda P	R\$ 3,00	3	R\$ 9,00	R\$ 108,00
Unidade	Bolsa moeda redonda	R\$ 2,00	3	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Brinco bijuteria	R\$ 5,00	8	R\$ 40,00	R\$ 480,00
Unidade	Brinco bijuteria	R\$ 3,00	5	R\$ 15,00	R\$ 180,00
Unidade	Brinco bola	R\$ 1,00	12	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Brinco folheado	R\$ 8,00	3	R\$ 24,00	R\$ 288,00
Unidade	Brinco pedra P	R\$ 2,00	24	R\$ 48,00	R\$ 576,00
Unidade	Carteira adulto	R\$ 10,00	1	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Unidade	Carteira documento	R\$ 2,00	3	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Chaveiro cordão	R\$ 2,00	3	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Chaveiro metal	R\$ 3,00	4	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Chaveiros borracha	R\$ 4,00	2	R\$ 8,00	R\$ 96,00
Unidade	Cola instantânea	R\$ 1,50	6	R\$ 9,00	R\$ 108,00
Unidade	Cola instantânea	R\$ 1,00	3	R\$ 3,00	R\$ 36,00
Unidade	Colar tatoo	R\$ 3,00	1	R\$ 3,00	R\$ 36,00
Unidade	Cordão aço	R\$ 8,00	3	R\$ 24,00	R\$ 288,00
Unidade	Cordão bijuteria	R\$ 5,00	2	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Unidade	Cordão bijuteria	R\$ 3,00	2	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Cordão bijuteria stras	R\$ 10,00	4	R\$ 40,00	R\$ 480,00
Unidade	Cordão tatoo	R\$ 5,00	2	R\$ 10,00	R\$ 120,00

Unidade	Corta unha grande	R\$ 5,00	4	R\$ 20,00	R\$ 240,00
Unidade	Diadema enfeite	R\$ 8,00	3	R\$ 24,00	R\$ 288,00
Unidade	Diadema fino	R\$ 3,00	4	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Diadema infantil	R\$ 5,00	2	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Unidade	Diadema largo	R\$ 4,00	6	R\$ 24,00	R\$ 288,00
Unidade	Diadema nó	R\$ 5,00	1	R\$ 5,00	R\$ 60,00
Unidade	Diadema simples fino	R\$ 1,00	6	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Diadema simples	R\$ 2,00	2	R\$ 4,00	R\$ 48,00
Unidade	Escova cabelo	R\$ 2,00	12	R\$ 24,00	R\$ 288,00
Dúzia	Friso comum	R\$ 1,00	16	R\$ 16,00	R\$ 192,00
Unidade	Friso strass simples	R\$ 1,00	32	R\$ 32,00	R\$ 384,00
Unidade	Lacinho	R\$ 2,00	12	R\$ 24,00	R\$ 288,00
Unidade	Laço friso	R\$ 5,00	3	R\$ 15,00	R\$ 180,00
Unidade	Laço friso infantil P	R\$ 3,00	3	R\$ 9,00	R\$ 108,00
Unidade	Lápis de olho	R\$ 3,00	6	R\$ 18,00	R\$ 216,00
Unidade	Liga pulseira	R\$ 2,00	10	R\$ 20,00	R\$ 240,00
Unidade	Linha 91m	R\$ 1,50	16	R\$ 24,00	R\$ 288,00
Unidade	Maquiagem	R\$ 7,00	2	R\$ 14,00	R\$ 168,00
Unidade	Maria Chiquinha	R\$ 2,00	6	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Marrafa strass	R\$ 6,00	1	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Pente cabo fino	R\$ 1,00	4	R\$ 4,00	R\$ 48,00
Unidade	Pente G Bonitinho	R\$ 1,50	16	R\$ 24,00	R\$ 288,00
Unidade	Pente P	R\$ 0,50	3	R\$ 1,50	R\$ 18,00
Unidade	Pente pata G	R\$ 1,00	6	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Pente simples G	R\$ 1,00	10	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Unidade	Piercing língua	R\$ 2,00	5	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Unidade	Piercing nariz	R\$ 1,00	14	R\$ 14,00	R\$ 168,00
Unidade	Piercing nariz argola	R\$ 1,00	4	R\$ 4,00	R\$ 48,00
Unidade	Piercing queixo	R\$ 2,00	2	R\$ 4,00	R\$ 48,00
Unidade	Piercing smile	R\$ 2,00	5	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Unidade	Piercing sobrancelha	R\$ 2,00	3	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Piercing umbigo P	R\$ 3,00	5	R\$ 15,00	R\$ 180,00
Pacote	Pilha AA	R\$ 2,00	12	R\$ 24,00	R\$ 288,00
Pacote	Pilha AAA	R\$ 2,00	6	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Piranha metal	R\$ 5,00	5	R\$ 25,00	R\$ 300,00
Unidade	Piranha metal G	R\$ 6,00	2	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Piranha metal P	R\$ 3,00	3	R\$ 9,00	R\$ 108,00
Unidade	Piranha metal mini	R\$ 2,00	16	R\$ 32,00	R\$ 384,00
Unidade	Piranha plástico G	R\$ 2,00	9	R\$ 18,00	R\$ 216,00
Unidade	Piranha plástico M	R\$ 1,00	35	R\$ 35,00	R\$ 420,00
Unidade	Piranha plástico P	R\$ 0,50	23	R\$ 11,50	R\$ 138,00
Unidade	Piranha sofisticada	R\$ 3,00	4	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Pó compacto Yvis	R\$ 5,00	10	R\$ 50,00	R\$ 600,00
Unidade	Presilha	R\$ 7,00	2	R\$ 14,00	R\$ 168,00
Unidade	Presilha simples P	R\$ 3,00	2	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Par	Presilha simples P	R\$ 5,00	2	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Unidade	Presilha strass G	R\$ 10,00	1	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Unidade	Presilha strass P	R\$ 5,00	3	R\$ 15,00	R\$ 180,00

Unidade	Pulseira artesanal P	R\$ 1,00	7	R\$ 7,00	R\$ 84,00
Unidade	Pulseira folheada	R\$ 7,00	3	R\$ 21,00	R\$ 252,00
Unidade	Tiara crochê	R\$ 2,00	1	R\$ 2,00	R\$ 24,00
Unidade	Tiara laço infantil	R\$ 5,00	7	R\$ 35,00	R\$ 420,00
Unidade	Tiara tecido comum	R\$ 3,00	2	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Tic Tac simples G	R\$ 2,00	9	R\$ 18,00	R\$ 216,00
Cartela	Tic Tac simples G	R\$ 8,00	1	R\$ 8,00	R\$ 96,00
Cartela	Tic Tac simples M	R\$ 5,00	2	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Unidade	Tic tac simples M	R\$ 1,00	25	R\$ 25,00	R\$ 300,00
Cartela	Tic tac simples P	R\$ 4,00	2	R\$ 8,00	R\$ 96,00
Unidade	Tic tac strass	R\$ 3,00	3	R\$ 9,00	R\$ 108,00
Unidade	Tic tac strass G	R\$ 5,00	3	R\$ 15,00	R\$ 180,00
Unidade	Touca	R\$ 4,00	1	R\$ 4,00	R\$ 48,00
Unidade	Unha postiça	R\$ 3,00	7	R\$ 21,00	R\$ 252,00
Unidade	Xuxa cabelo	R\$ 3,00	3	R\$ 9,00	R\$ 108,00
Unidade	Xuxa Extra G	R\$ 1,00	9	R\$ 9,00	R\$ 108,00
Unidade	Xuxa G	R\$ 0,50	21	R\$ 10,50	R\$ 126,00
Cartela	Xuxa meia comum	R\$ 2,00	14	R\$ 28,00	R\$ 336,00
Unidade	Xuxa meia comum	R\$ 0,50	4	R\$ 2,00	R\$ 24,00
Cartela	Xuxa meia orelha	R\$ 3,00	6	R\$ 18,00	R\$ 216,00
Unidade	Xuxa meia orelha	R\$ 0,75	7	R\$ 5,25	R\$ 63,00
Unidade	Xuxa pom pom	R\$ 2,00	1	R\$ 2,00	R\$ 24,00
Pacote	Xuxa simples P	R\$ 2,00	20	R\$ 40,00	R\$ 480,00
Unidade	Xuxa tecido	R\$ 2,00	1	R\$ 2,00	R\$ 24,00
Unidade	Xuxa veludo	R\$ 2,00	6	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Zíper comum	R\$ 0,75	3	R\$ 2,25	R\$ 27,00
Unidade	Zíper jeans	R\$ 1,00	1	R\$ 1,00	R\$ 12,00
<b>TOTAL</b>				<b>R\$ 1.671,50</b>	<b>R\$ 20.058,00</b>

Fonte: Elaboração Própria (2020).

## 6.6 Custo unitário

Neste tópico será demonstrado o custo unitário de cada produto, levando em consideração a receita mensal com 70% da capacidade de atendimento.

**Quadro 18 – Custo unitário**

Unidade	Produto	Custo	Quantidade	Custo variável/mês	Custo variável/ano
Unidade	Agulha	R\$ 0,25	6	R\$ 1,50	R\$ 18,00
Unidade	Agulha	R\$ 0,20	10	R\$ 2,00	R\$ 24,00
Unidade	Alargador n1	R\$ 0,83	5	R\$ 4,15	R\$ 49,80
Unidade	Aliança aço	R\$ 1,00	4	R\$ 4,00	R\$ 48,00
Par	Aliança aço	R\$ 2,00	3	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Aliança folheada	R\$ 3,00	4	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Anel folheado	R\$ 3,00	3	R\$ 9,00	R\$ 108,00
Unidade	Anel infantil	R\$ 1,00	6	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Argola aço M	R\$ 2,30	5	R\$ 11,50	R\$ 138,00
Unidade	Argola aço P	R\$ 1,00	4	R\$ 4,00	R\$ 48,00

Unidade	Argola bijuteria	R\$ 2,00	8	R\$ 16,00	R\$ 192,00
Unidade	Argola bijuteria P	R\$ 1,00	6	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Argola em aço	R\$ 3,00	5	R\$ 15,00	R\$ 180,00
Unidade	Argola folheada	R\$ 4,30	5	R\$ 21,50	R\$ 258,00
Unidade	Argola folheada M	R\$ 3,00	4	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Banana luxo	R\$ 2,90	3	R\$ 8,70	R\$ 104,40
Unidade	Bandana	R\$ 3,00	1	R\$ 3,00	R\$ 36,00
Unidade	Batom 24h	R\$ 2,50	6	R\$ 15,00	R\$ 180,00
Unidade	Bico de pato	R\$ 0,50	1	R\$ 0,50	R\$ 6,00
Unidade	Bico de pato plástico	R\$ 0,25	12	R\$ 3,00	R\$ 36,00
Unidade	Bolsinha moeda P	R\$ 1,50	3	R\$ 4,50	R\$ 54,00
Unidade	Bolsa moeda redonda	R\$ 1,00	3	R\$ 3,00	R\$ 36,00
Unidade	Brinco bijuteria	R\$ 2,00	8	R\$ 16,00	R\$ 192,00
Unidade	Brinco bijuteria	R\$ 1,50	5	R\$ 7,50	R\$ 90,00
Unidade	Brinco bola	R\$ 0,33	12	R\$ 3,96	R\$ 47,52
Unidade	Brinco folheado	R\$ 4,30	3	R\$ 12,90	R\$ 154,80
Unidade	Brinco pedra P	R\$ 0,50	24	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Carteira adulto	R\$ 5,00	1	R\$ 5,00	R\$ 60,00
Unidade	Carteira documento	R\$ 1,00	3	R\$ 3,00	R\$ 36,00
Unidade	Chaveiro cordão	R\$ 1,00	3	R\$ 3,00	R\$ 36,00
Unidade	Chaveiro metal	R\$ 1,50	4	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Chaveiros borracha	R\$ 2,00	2	R\$ 4,00	R\$ 48,00
Unidade	Cola instantânea	R\$ 0,75	6	R\$ 4,50	R\$ 54,00
Unidade	Cola instantânea	R\$ 0,60	3	R\$ 1,80	R\$ 21,60
Unidade	Colar tatoo	R\$ 2,00	1	R\$ 2,00	R\$ 24,00
Unidade	Cordão aço	R\$ 4,40	3	R\$ 13,20	R\$ 158,40
Unidade	Cordão bijuteria	R\$ 3,00	2	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Cordão bijuteria	R\$ 2,00	2	R\$ 4,00	R\$ 48,00
Unidade	Cordão bijuteria stras	R\$ 5,00	4	R\$ 20,00	R\$ 240,00
Unidade	Cordão tatoo	R\$ 2,75	2	R\$ 5,50	R\$ 66,00
Unidade	Corta unha grande	R\$ 3,00	4	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Diadema enfeite	R\$ 5,00	3	R\$ 15,00	R\$ 180,00
Unidade	Diadema fino	R\$ 1,75	4	R\$ 7,00	R\$ 84,00
Unidade	Diadema infantil	R\$ 2,50	2	R\$ 5,00	R\$ 60,00
Unidade	Diadema largo	R\$ 2,20	6	R\$ 13,20	R\$ 158,40
Unidade	Diadema nó	R\$ 3,00	1	R\$ 3,00	R\$ 36,00
Unidade	Diadema simples fino	R\$ 0,40	6	R\$ 2,40	R\$ 28,80
Unidade	Diadema simples	R\$ 1,00	2	R\$ 2,00	R\$ 24,00
Unidade	Escova cabelo	R\$ 1,10	12	R\$ 13,20	R\$ 158,40
Dúzia	Friso comum	R\$ 0,60	16	R\$ 9,60	R\$ 115,20
Unidade	Friso strass simples	R\$ 0,40	32	R\$ 12,80	R\$ 153,60
Unidade	Lacinho	R\$ 1,00	12	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Laço friso	R\$ 3,00	3	R\$ 9,00	R\$ 108,00
Unidade	Laço friso infantil P	R\$ 2,00	3	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Lápis de olho	R\$ 1,50	6	R\$ 9,00	R\$ 108,00
Unidade	Liga pulseira	R\$ 1,00	10	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Unidade	Linha 91m	R\$ 0,83	16	R\$ 13,28	R\$ 159,36
Unidade	Maquiagem	R\$ 4,00	2	R\$ 8,00	R\$ 96,00



Unidade	Maria Chiquinha	R\$ 1,00	6	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Marrafa strass	R\$ 3,50	1	R\$ 3,50	R\$ 42,00
Unidade	Pente cabo fino	R\$ 0,60	4	R\$ 2,40	R\$ 28,80
Unidade	Pente G Bonitinho	R\$ 0,83	16	R\$ 13,28	R\$ 159,36
Unidade	Pente P	R\$ 0,30	3	R\$ 0,90	R\$ 10,80
Unidade	Pente pata G	R\$ 0,30	6	R\$ 1,80	R\$ 21,60
Unidade	Pente simples G	R\$ 0,50	10	R\$ 5,00	R\$ 60,00
Unidade	Piercing língua	R\$ 0,83	5	R\$ 4,15	R\$ 49,80
Unidade	Piercing nariz	R\$ 0,25	14	R\$ 3,50	R\$ 42,00
Unidade	Piercing nariz argola	R\$ 0,25	4	R\$ 1,00	R\$ 12,00
Unidade	Piercing queixo	R\$ 0,83	2	R\$ 1,66	R\$ 19,92
Unidade	Piercing smile	R\$ 0,83	5	R\$ 4,15	R\$ 49,80
Unidade	Piercing sobancelha	R\$ 0,83	3	R\$ 2,49	R\$ 29,88
Unidade	Piercing umbigo P	R\$ 1,75	5	R\$ 8,75	R\$ 105,00
Pacote	Pilha AA	R\$ 1,25	12	R\$ 15,00	R\$ 180,00
Pacote	Pilha AAA	R\$ 1,15	6	R\$ 6,90	R\$ 82,80
Unidade	Piranha metal	R\$ 3,00	5	R\$ 15,00	R\$ 180,00
Unidade	Piranha metal G	R\$ 3,30	2	R\$ 6,60	R\$ 79,20
Unidade	Piranha metal P	R\$ 1,50	3	R\$ 4,50	R\$ 54,00
Unidade	Piranha metal mini	R\$ 1,00	16	R\$ 16,00	R\$ 192,00
Unidade	Piranha plástico G	R\$ 0,83	9	R\$ 7,47	R\$ 89,64
Unidade	Piranha plástico M	R\$ 0,50	35	R\$ 17,50	R\$ 210,00
Unidade	Piranha plástico P	R\$ 0,25	23	R\$ 5,75	R\$ 69,00
Unidade	Piranha sofisticada	R\$ 1,50	4	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Pó compacto Yvis	R\$ 3,00	10	R\$ 30,00	R\$ 360,00
Unidade	Presilha	R\$ 3,50	2	R\$ 7,00	R\$ 84,00
Unidade	Presilha simples P	R\$ 1,75	2	R\$ 3,50	R\$ 42,00
Par	Presilha simples P	R\$ 3,50	2	R\$ 7,00	R\$ 84,00
Unidade	Presilha strass G	R\$ 5,50	1	R\$ 5,50	R\$ 66,00
Unidade	Presilha strass P	R\$ 2,75	3	R\$ 8,25	R\$ 99,00
Unidade	Pulseira artesanal P	R\$ 0,50	7	R\$ 3,50	R\$ 42,00
Unidade	Pulseira folheada	R\$ 3,60	3	R\$ 10,80	R\$ 129,60
Unidade	Tiara crochê	R\$ 1,10	1	R\$ 1,10	R\$ 13,20
Unidade	Tiara laço infantil	R\$ 3,00	7	R\$ 21,00	R\$ 252,00
Unidade	Tiara tecido comum	R\$ 1,25	2	R\$ 2,50	R\$ 30,00
Unidade	Tic Tac simples G	R\$ 1,00	9	R\$ 9,00	R\$ 108,00
Cartela	Tic Tac simples G	R\$ 5,00	1	R\$ 5,00	R\$ 60,00
Cartela	Tic Tac simples M	R\$ 2,00	2	R\$ 4,00	R\$ 48,00
Unidade	Tic tac simples M	R\$ 0,40	25	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Cartela	Tic tac simples P	R\$ 2,00	2	R\$ 4,00	R\$ 48,00
Unidade	Tic tac strass	R\$ 1,25	3	R\$ 3,75	R\$ 45,00
Unidade	Tic tac strass G	R\$ 3,00	3	R\$ 9,00	R\$ 108,00
Unidade	Touca	R\$ 2,00	1	R\$ 2,00	R\$ 24,00
Unidade	Unha postiça	R\$ 1,25	7	R\$ 8,75	R\$ 105,00
Unidade	Xuxa cabelo	R\$ 1,25	3	R\$ 3,75	R\$ 45,00
Unidade	Xuxa Extra G	R\$ 0,40	9	R\$ 3,60	R\$ 43,20
Unidade	Xuxa G	R\$ 0,30	21	R\$ 6,30	R\$ 75,60
Cartela	Xuxa meia comum	R\$ 1,00	14	R\$ 14,00	R\$ 168,00

Unidade	Xuxa meia comum	R\$ 0,16	4	R\$ 0,64	R\$ 7,68
Cartela	Xuxa meia orelha	R\$ 1,50	6	R\$ 9,00	R\$ 108,00
Unidade	Xuxa meia orelha	R\$ 0,25	7	R\$ 1,75	R\$ 21,00
Unidade	Xuxa pom pom	R\$ 1,00	1	R\$ 1,00	R\$ 12,00
Pacote	Xuxa simples P	R\$ 0,90	20	R\$ 18,00	R\$ 216,00
Unidade	Xuxa tecido	R\$ 1,00	1	R\$ 1,00	R\$ 12,00
Unidade	Xuxa veludo	R\$ 1,00	6	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Zíper comum	R\$ 0,40	3	R\$ 1,20	R\$ 14,40
Unidade	Zíper jeans	R\$ 0,50	1	R\$ 0,50	R\$ 6,00
<b>TOTAL</b>				<b>R\$ 842,88</b>	<b>R\$ 10.114,56</b>

Fonte: Elaboração Própria (2020).

## 6.7 Custo de Comercialização

Esse tipo de despesa pode incidir diretamente sobre as vendas e representa os gastos com impostos e demais custos que viabilizam a comercialização do serviço. No caso da Cléo Bijú, que é MEI, a opção tributária é única, o SIMEI (Simples Nacional do Microempreendedor Individual) que possui um valor mensal fixo. E não existem outros custos de comercialização. O Quadro 19 demonstra o valor a ser pago mensalmente.

**Quadro 19 – Custos de Comercialização**

Descrição	Custo Total
<b>1. Impostos</b>	
SIMEI (Simples Nacional MEI)	R\$ 53,25

Fonte: Elaboração própria (2020).

## 6.8 Custos com Depreciação

Os custos apresentados a seguir representam o desgaste dos bens que a empresa possui, levando em consideração que esses bens com o passar dos anos precisarão ser substituídos para a continuidade do funcionamento normal da empresa.

**Quadro 20 - Depreciação**

Descrição	Valor	Vida Útil	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Máquinas e Equipamentos	R\$ 220,00	10 anos	R\$ 22,00	R\$ 1,83
Móveis e Utensílios	R\$ 657,00	10 anos	R\$ 65,70	R\$ 5,48
<b>TOTAL DA DEPRECIACÃO</b>			<b>R\$ 87,70</b>	<b>R\$ 7,31</b>

Fonte: Elaboração Própria (2020).

## 6.9 Custos Fixos Operacionais Mensais

Serão apresentados em seguida aqueles custos que o negócio em questão possui e que independem do nível de vendas.

**Quadro 21 - Despesas Operacionais**

<b>Item</b>	<b>Descrição</b>	<b>Valor</b>
01	Aluguel	R\$ 300,00
02	Material de Limpeza	R\$ 10,00
03	Material de Escritório	R\$ 15,00
04	Pró-Labore	R\$ 350,00
05	Depreciação	R\$ 7,31
<b>TOTAL</b>		<b>R\$ 682,31</b>

**Fonte:** Elaboração Própria (2020).

### 6.10 Demonstrativo dos Resultados

A DRE (Demonstração dos Resultados do Exercício) tem por objetivo verificar se a empresa está atuando com lucro ou prejuízo, a partir das informações obtidas sobre a receita total do negócio deduzindo-se dela seus custos fixos e variáveis, como demonstrado a seguir no Quadro 22, que apresentará os resultados em valores mensais e anuais.

**Quadro 22 - DRE**

<b>Descrição</b>	<b>Valores Mensais em R\$</b>	<b>Valor Anual em R\$</b>
<b>RECEITA TOTAL (=)</b>	<b>R\$ 1.671,50</b>	<b>R\$ 20.058,00</b>
<b>CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS (-)</b>	<b>- R\$ 842,88</b>	<b>- R\$ 10.114,56</b>
<b>RESULTADO OPERACIONAL (=)</b>	R\$ 828,62	R\$ 9.943,44
<b>CUSTOS FIXOS TOTAIS (-)</b>	<b>- R\$ 735,56</b>	<b>- R\$ 8.826,72</b>
<b>LUCRO LÍQUIDO (=)</b>	<b>R\$ 93,06</b>	<b>R\$ 1.116,72</b>

**Fonte:** Elaboração Própria (2020).

## 7 INDICADORES DE VIABILIDADE

### 7.1 Ponto de Equilíbrio

Neste tópico iremos calcular o faturamento necessário para cobrir todos os custos variáveis e fixos do negócio, de modo que não haja lucro nem prejuízo para a empresa. De modo que toda empresa esteja em busca do lucro, este indicador serve para descobrir qual o limite mínimo de vendas precisa alcançar para que não haja prejuízo e a partir dele possa alcançar um retorno positivo.

Para realizar o cálculo do Ponto de Equilíbrio (PE) são necessários dois passos:

1º Calcular o Índice da Margem de Contribuição (IMC) por meio da fórmula apresentada abaixo, onde 'RT' se refere à Receita Total e 'CV' ao Custo Variável:

$$\text{IMC} = \frac{\text{RT} - \text{CV}}{\text{RT}} = \frac{1.671,50 - 842,88}{1.671,50} \quad \text{IMC} = 0,51$$

2º Calcular efetivamente o PE dividindo os (CF) Custos Fixos pelo (IMC) encontrado na etapa anterior.

$$\text{PE} = \frac{\text{CF}}{\text{IMC}} = \frac{735,56}{0,51} \quad \text{PE} = 1.442,27$$

Com isso obtemos o valor mínimo de vendas para que não haja prejuízo, ou seja, a empresa deve faturar uma receita mínima de R\$ 1.442,27.

### 7.2 Lucratividade

Este indicador avalia o quanto das vendas está retornando em forma de lucro para empresa, após ela pagar seus custos e despesas, que pode gerar uma reserva financeira ou novos investimentos no negócio.

$$\text{Lucratividade: } \frac{\text{Lucro Líquido} * 100}{\text{Receita Total}} = \frac{1.116,72 * 100}{20.058,00} = 5,57\% \text{aa}$$

Conclui-se que, após realizar os pagamentos de todas as suas obrigações financeiras, a empresa conta com um lucro anual de R\$ 1.116,72, o que indica uma lucratividade de 5,57% ao ano.

### 7.3 Rentabilidade

Este indicador revela o quanto o lucro líquido auferido pela empresa é capaz de gerar retorno com base no capital investido.

$$\text{Rentabilidade: } \frac{\text{Lucro Líquido} * 100}{\text{Investimento Total}} = \frac{1.116,72 * 100}{4.382,15} = 25,5\% \text{aa}$$

Conclui-se então que o negócio possui uma rentabilidade de 25,5% ao ano.

### 7.4 Prazo de Retorno do Investimento

Este indicador está relacionado com a rentabilidade do negócio, pois a rentabilidade indica quanto do valor investido será recuperado a cada ano e o Prazo de Retorno do Investimento, demonstra em quanto tempo o valor investido será totalmente recuperado pela empresa.

$$\text{PRI: } \frac{\text{Investimento Total}}{\text{Lucro Líquido}} = \frac{4.382,15}{1.116,72} = 3,92 \text{ anos}$$

Conclui-se que em aproximadamente quatro anos, a empresa recuperará o investimento desembolsado nas melhorias implementadas na empresa.

## 8 CONSTRUÇÃO DOS CENÁRIOS

### 8.1 Cenário Otimista

No cenário otimista a ser apresentado, obtém-se um lucro líquido que permite investir em oportunidades e melhorias, além de que possibilita manter a empresa nos períodos em que o faturamento é menor.

No Quadro 23 está representada uma projeção das receitas em um cenário otimista, quando o negócio aumenta seu faturamento em 10%. Após, será apresentada a DRE para este cenário.

**Quadro 23 - Projeção das Receitas**

Unidade	Produto	Preço	Quantidade	Faturamento/mês	Faturamento/ano
Unidade	Agulha	R\$ 0,50	7	R\$ 3,50	R\$ 42,00
Unidade	Agulha	R\$ 0,35	11	R\$ 3,85	R\$ 46,20
Unidade	Alargador n1	R\$ 2,00	6	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Aliança aço	R\$ 3,00	4	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Par	Aliança aço	R\$ 5,00	3	R\$ 15,00	R\$ 180,00
Unidade	Aliança folheada	R\$ 5,00	4	R\$ 20,00	R\$ 240,00
Unidade	Anel folheado	R\$ 5,00	3	R\$ 15,00	R\$ 180,00
Unidade	Anel infantil	R\$ 2,00	7	R\$ 14,00	R\$ 168,00
Unidade	Argola aço M	R\$ 5,00	6	R\$ 30,00	R\$ 360,00
Unidade	Argola aço P	R\$ 2,00	4	R\$ 8,00	R\$ 96,00
Unidade	Argola bijuteria	R\$ 4,00	9	R\$ 36,00	R\$ 432,00
Unidade	Argola bijuteria P	R\$ 3,00	7	R\$ 21,00	R\$ 252,00
Unidade	Argola em aço	R\$ 7,00	6	R\$ 42,00	R\$ 504,00
Unidade	Argola folheada	R\$ 8,00	6	R\$ 48,00	R\$ 576,00
Unidade	Argola folheada M	R\$ 5,00	4	R\$ 20,00	R\$ 240,00
Unidade	Banana luxo	R\$ 4,00	3	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Bandana	R\$ 6,00	1	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Batom 24h	R\$ 4,00	6	R\$ 24,00	R\$ 288,00
Unidade	Bico de pato	R\$ 1,00	1	R\$ 1,00	R\$ 12,00
Unidade	Bico de pato plástico	R\$ 0,50	13	R\$ 6,50	R\$ 78,00
Unidade	Bolsinha moeda P	R\$ 3,00	3	R\$ 9,00	R\$ 108,00
Unidade	Bolsa moeda redonda	R\$ 2,00	3	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Brinco bijuteria	R\$ 5,00	9	R\$ 45,00	R\$ 540,00
Unidade	Brinco bijuteria	R\$ 3,00	6	R\$ 18,00	R\$ 216,00
Unidade	Brinco bola	R\$ 1,00	13	R\$ 13,00	R\$ 156,00
Unidade	Brinco folheado	R\$ 8,00	3	R\$ 24,00	R\$ 288,00
Unidade	Brinco pedra P	R\$ 2,00	27	R\$ 54,00	R\$ 648,00
Unidade	Carteira adulto	R\$ 10,00	1	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Unidade	Carteira documento	R\$ 2,00	3	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Chaveiro cordão	R\$ 2,00	3	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Chaveiro metal	R\$ 3,00	4	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Chaveiros borracha	R\$ 4,00	2	R\$ 8,00	R\$ 96,00

Unidade	Cola instantânea	R\$ 1,50	7	R\$ 10,50	R\$ 126,00
Unidade	Cola instantânea	R\$ 1,00	3	R\$ 3,00	R\$ 36,00
Unidade	Colar tatoo	R\$ 3,00	1	R\$ 3,00	R\$ 36,00
Unidade	Cordão aço	R\$ 8,00	3	R\$ 24,00	R\$ 288,00
Unidade	Cordão bijuteria	R\$ 5,00	2	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Unidade	Cordão bijuteria	R\$ 3,00	2	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Cordão bijuteria stras	R\$ 10,00	4	R\$ 40,00	R\$ 480,00
Unidade	Cordão tatoo	R\$ 5,00	2	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Unidade	Corta unha grande	R\$ 5,00	4	R\$ 20,00	R\$ 240,00
Unidade	Diadema enfeite	R\$ 8,00	3	R\$ 24,00	R\$ 288,00
Unidade	Diadema fino	R\$ 3,00	4	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Diadema infantil	R\$ 5,00	2	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Unidade	Diadema largo	R\$ 4,00	7	R\$ 28,00	R\$ 336,00
Unidade	Diadema nó	R\$ 5,00	1	R\$ 5,00	R\$ 60,00
Unidade	Diadema simples fino	R\$ 1,00	7	R\$ 7,00	R\$ 84,00
Unidade	Diadema simples	R\$ 2,00	2	R\$ 4,00	R\$ 48,00
Unidade	Escova cabelo	R\$ 2,00	13	R\$ 26,00	R\$ 312,00
Dúzia	Friso comum	R\$ 1,00	19	R\$ 19,00	R\$ 228,00
Unidade	Friso strass simples	R\$ 1,00	37	R\$ 37,00	R\$ 444,00
Unidade	Lacinho	R\$ 2,00	13	R\$ 26,00	R\$ 312,00
Unidade	Laço friso	R\$ 5,00	3	R\$ 15,00	R\$ 180,00
Unidade	Laço friso infantil P	R\$ 3,00	3	R\$ 9,00	R\$ 108,00
Unidade	Lápis de olho	R\$ 3,00	7	R\$ 21,00	R\$ 252,00
Unidade	Liga pulseira	R\$ 2,00	11	R\$ 22,00	R\$ 264,00
Unidade	Linha 91m	R\$ 1,50	19	R\$ 28,50	R\$ 342,00
Unidade	Maquiagem	R\$ 7,00	2	R\$ 14,00	R\$ 168,00
Unidade	Maria Chiquinha	R\$ 2,00	7	R\$ 14,00	R\$ 168,00
Unidade	Marrafa strass	R\$ 6,00	1	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Pente cabo fino	R\$ 1,00	4	R\$ 4,00	R\$ 48,00
Unidade	Pente G Bonitinho	R\$ 1,50	19	R\$ 28,50	R\$ 342,00
Unidade	Pente P	R\$ 0,50	3	R\$ 1,50	R\$ 18,00
Unidade	Pente pata G	R\$ 1,00	7	R\$ 7,00	R\$ 84,00
Unidade	Pente simples G	R\$ 1,00	11	R\$ 11,00	R\$ 132,00
Unidade	Piercing língua	R\$ 2,00	6	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Piercing nariz	R\$ 1,00	15	R\$ 15,00	R\$ 180,00
Unidade	Piercing nariz argola	R\$ 1,00	4	R\$ 4,00	R\$ 48,00
Unidade	Piercing queixo	R\$ 2,00	2	R\$ 4,00	R\$ 48,00
Unidade	Piercing smile	R\$ 2,00	6	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Piercing sobancelha	R\$ 2,00	3	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Piercing umbigo P	R\$ 3,00	6	R\$ 18,00	R\$ 216,00
Pacote	Pilha AA	R\$ 2,00	14	R\$ 28,00	R\$ 336,00
Pacote	Pilha AAA	R\$ 2,00	7	R\$ 14,00	R\$ 168,00
Unidade	Piranha metal	R\$ 5,00	6	R\$ 30,00	R\$ 360,00
Unidade	Piranha metal G	R\$ 6,00	2	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Piranha metal P	R\$ 3,00	3	R\$ 9,00	R\$ 108,00
Unidade	Piranha metal mini	R\$ 2,00	19	R\$ 38,00	R\$ 456,00
Unidade	Piranha plástico G	R\$ 2,00	10	R\$ 20,00	R\$ 240,00
Unidade	Piranha plástico M	R\$ 1,00	38	R\$ 38,00	R\$ 456,00

Unidade	Piranha plástico P	R\$ 0,50	25	R\$ 12,50	R\$ 150,00
Unidade	Piranha sofisticada	R\$ 3,00	4	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Pó compacto Yvis	R\$ 5,00	11	R\$ 55,00	R\$ 660,00
Unidade	Presilha	R\$ 7,00	2	R\$ 14,00	R\$ 168,00
Unidade	Presilha simples P	R\$ 3,00	2	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Par	Presilha simples P	R\$ 5,00	2	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Unidade	Presilha strass G	R\$ 10,00	1	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Unidade	Presilha strass P	R\$ 5,00	3	R\$ 15,00	R\$ 180,00
Unidade	Pulseira artesanal P	R\$ 1,00	8	R\$ 8,00	R\$ 96,00
Unidade	Pulseira folheada	R\$ 7,00	3	R\$ 21,00	R\$ 252,00
Unidade	Tiara crochê	R\$ 2,00	1	R\$ 2,00	R\$ 24,00
Unidade	Tiara laço infantil	R\$ 5,00	8	R\$ 40,00	R\$ 480,00
Unidade	Tiara tecido comum	R\$ 3,00	2	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Tic Tac simples G	R\$ 2,00	10	R\$ 20,00	R\$ 240,00
Cartela	Tic Tac simples G	R\$ 8,00	1	R\$ 8,00	R\$ 96,00
Cartela	Tic Tac simples M	R\$ 5,00	2	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Unidade	Tic tac simples M	R\$ 1,00	29	R\$ 29,00	R\$ 348,00
Cartela	Tic tac simples P	R\$ 4,00	2	R\$ 8,00	R\$ 96,00
Unidade	Tic tac strass	R\$ 3,00	3	R\$ 9,00	R\$ 108,00
Unidade	Tic tac strass G	R\$ 5,00	3	R\$ 15,00	R\$ 180,00
Unidade	Touca	R\$ 4,00	2	R\$ 8,00	R\$ 96,00
Unidade	Unha postiça	R\$ 3,00	8	R\$ 24,00	R\$ 288,00
Unidade	Xuxa cabelo	R\$ 3,00	3	R\$ 9,00	R\$ 108,00
Unidade	Xuxa Extra G	R\$ 1,00	10	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Unidade	Xuxa G	R\$ 0,50	24	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Cartela	Xuxa meia comum	R\$ 2,00	16	R\$ 32,00	R\$ 384,00
Unidade	Xuxa meia comum	R\$ 0,50	6	R\$ 3,00	R\$ 36,00
Cartela	Xuxa meia orelha	R\$ 3,00	8	R\$ 24,00	R\$ 288,00
Unidade	Xuxa meia orelha	R\$ 0,75	8	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Xuxa pom pom	R\$ 2,00	1	R\$ 2,00	R\$ 24,00
Pacote	Xuxa simples P	R\$ 2,00	23	R\$ 46,00	R\$ 552,00
Unidade	Xuxa tecido	R\$ 2,00	3	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Xuxa veludo	R\$ 2,00	7	R\$ 14,00	R\$ 168,00
Unidade	Zíper comum	R\$ 0,75	5	R\$ 3,75	R\$ 45,00
Unidade	Zíper jeans	R\$ 1,00	3	R\$ 3,00	R\$ 36,00
<b>TOTAL</b>				<b>R\$ 1.840,10</b>	<b>R\$ 22.081,20</b>

Fonte: Elaboração Própria (2020).

**Quadro 24 - Projeção da DRE**

Descrição	Valores Mensais em R\$	Valor Anual em R\$
<b>RECEITA TOTAL (=)</b>	<b>1.840,10</b>	<b>22.081,20</b>
<b>CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS (-)</b>	<b>- 924,73</b>	<b>- 11.096,76</b>
<b>RESULTADO OPERACIONAL (=)</b>	<b>915,37</b>	<b>10.984,44</b>
<b>CUSTOS FIXOS TOTAIS (-)</b>	<b>- 735,56</b>	<b>- 8.826,72</b>
<b>LUCRO LÍQUIDO (=)</b>	<b>179,81</b>	<b>2.157,72</b>

Fonte: Elaboração Própria (2020).



## 8.2 Cenário Pessimista

No cenário pessimista, a empresa consegue se manter e ter um lucro de um pouco menos de 1% sobre o faturamento. O que indica que a empresa sobrevive, mas o risco de que venha a ter prejuízo é enorme, principalmente no caso de oscilações de mercado.

O Quadro 25 demonstra uma projeção das receitas em um cenário onde o negócio diminui suas vendas em 10%, a partir daí, temos no Quadro 26 as projeções da DRE para este cenário.

**Quadro 25 - Projeção das Receitas**

Unidade	Produto	Preço	Quantidade	Faturamento/mês	Faturamento/ano
Unidade	Agulha	R\$ 0,50	6	R\$ 3,00	R\$ 36,00
Unidade	Agulha	R\$ 0,35	10	R\$ 3,50	R\$ 42,00
Unidade	Alargador n1	R\$ 2,00	6	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Aliança aço	R\$ 3,00	4	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Par	Aliança aço	R\$ 5,00	3	R\$ 15,00	R\$ 180,00
Unidade	Aliança folheada	R\$ 5,00	4	R\$ 20,00	R\$ 240,00
Unidade	Anel folheado	R\$ 5,00	3	R\$ 15,00	R\$ 180,00
Unidade	Anel infantil	R\$ 2,00	6	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Argola aço M	R\$ 5,00	5	R\$ 25,00	R\$ 300,00
Unidade	Argola aço P	R\$ 2,00	4	R\$ 8,00	R\$ 96,00
Unidade	Argola bijuteria	R\$ 4,00	8	R\$ 32,00	R\$ 384,00
Unidade	Argola bijuteria P	R\$ 3,00	6	R\$ 18,00	R\$ 216,00
Unidade	Argola em aço	R\$ 7,00	6	R\$ 42,00	R\$ 504,00
Unidade	Argola folheada	R\$ 8,00	6	R\$ 48,00	R\$ 576,00
Unidade	Argola folheada M	R\$ 5,00	4	R\$ 20,00	R\$ 240,00
Unidade	Banana luxo	R\$ 4,00	3	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Bandana	R\$ 6,00	1	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Batom 24h	R\$ 4,00	6	R\$ 24,00	R\$ 288,00
Unidade	Bico de pato	R\$ 1,00	1	R\$ 1,00	R\$ 12,00
Unidade	Bico de pato plástico	R\$ 0,50	12	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Bolsinha moeda P	R\$ 3,00	3	R\$ 9,00	R\$ 108,00
Unidade	Bolsa moeda redonda	R\$ 2,00	3	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Brinco bijuteria	R\$ 5,00	6	R\$ 30,00	R\$ 360,00
Unidade	Brinco bijuteria	R\$ 3,00	6	R\$ 18,00	R\$ 216,00
Unidade	Brinco bola	R\$ 1,00	12	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Brinco folheado	R\$ 8,00	3	R\$ 24,00	R\$ 288,00
Unidade	Brinco pedra P	R\$ 2,00	20	R\$ 40,00	R\$ 480,00
Unidade	Carteira adulto	R\$ 10,00	1	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Unidade	Carteira documento	R\$ 2,00	3	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Chaveiro cordão	R\$ 2,00	3	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Chaveiro metal	R\$ 3,00	4	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Chaveiros borracha	R\$ 4,00	2	R\$ 8,00	R\$ 96,00
Unidade	Cola instantânea	R\$ 1,50	6	R\$ 9,00	R\$ 108,00
Unidade	Cola instantânea	R\$ 1,00	3	R\$ 3,00	R\$ 36,00
Unidade	Colar tatoo	R\$ 3,00	1	R\$ 3,00	R\$ 36,00

Unidade	Cordão aço	R\$ 8,00	3	R\$ 24,00	R\$ 288,00
Unidade	Cordão bijuteria	R\$ 5,00	2	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Unidade	Cordão bijuteria	R\$ 3,00	2	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Cordão bijuteria strass	R\$ 10,00	2	R\$ 20,00	R\$ 240,00
Unidade	Cordão tatoo	R\$ 5,00	2	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Unidade	Corta unha grande	R\$ 5,00	4	R\$ 20,00	R\$ 240,00
Unidade	Diadema enfeite	R\$ 8,00	3	R\$ 24,00	R\$ 288,00
Unidade	Diadema fino	R\$ 3,00	4	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Diadema infantil	R\$ 5,00	2	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Unidade	Diadema largo	R\$ 4,00	5	R\$ 20,00	R\$ 240,00
Unidade	Diadema nó	R\$ 5,00	1	R\$ 5,00	R\$ 60,00
Unidade	Diadema simples fino	R\$ 1,00	4	R\$ 4,00	R\$ 48,00
Unidade	Diadema simples	R\$ 2,00	2	R\$ 4,00	R\$ 48,00
Unidade	Escova cabelo	R\$ 2,00	10	R\$ 20,00	R\$ 240,00
Dúzia	Friso comum	R\$ 1,00	15	R\$ 15,00	R\$ 180,00
Unidade	Friso strass simples	R\$ 1,00	30	R\$ 30,00	R\$ 360,00
Unidade	Lacinho	R\$ 2,00	13	R\$ 26,00	R\$ 312,00
Unidade	Laço friso	R\$ 5,00	3	R\$ 15,00	R\$ 180,00
Unidade	Laço friso infantil P	R\$ 3,00	3	R\$ 9,00	R\$ 108,00
Unidade	Lápis de olho	R\$ 3,00	5	R\$ 15,00	R\$ 180,00
Unidade	Liga pulseira	R\$ 2,00	10	R\$ 20,00	R\$ 240,00
Unidade	Linha 91m	R\$ 1,50	12	R\$ 18,00	R\$ 216,00
Unidade	Maquiagem	R\$ 7,00	2	R\$ 14,00	R\$ 168,00
Unidade	Maria Chiquinha	R\$ 2,00	5	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Unidade	Marrafa strass	R\$ 6,00	1	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Pente cabo fino	R\$ 1,00	4	R\$ 4,00	R\$ 48,00
Unidade	Pente G Bonitinho	R\$ 1,50	12	R\$ 18,00	R\$ 216,00
Unidade	Pente P	R\$ 0,50	3	R\$ 1,50	R\$ 18,00
Unidade	Pente pata G	R\$ 1,00	5	R\$ 5,00	R\$ 60,00
Unidade	Pente simples G	R\$ 1,00	10	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Unidade	Piercing língua	R\$ 2,00	5	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Unidade	Piercing nariz	R\$ 1,00	12	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Piercing nariz argola	R\$ 1,00	4	R\$ 4,00	R\$ 48,00
Unidade	Piercing queixo	R\$ 2,00	2	R\$ 4,00	R\$ 48,00
Unidade	Piercing smile	R\$ 2,00	6	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Piercing sobancelha	R\$ 2,00	3	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Piercing umbigo P	R\$ 3,00	5	R\$ 15,00	R\$ 180,00
Pacote	Pilha AA	R\$ 2,00	10	R\$ 20,00	R\$ 240,00
Pacote	Pilha AAA	R\$ 2,00	5	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Unidade	Piranha metal M	R\$ 5,00	6	R\$ 30,00	R\$ 360,00
Unidade	Piranha metal G	R\$ 6,00	2	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Piranha metal P	R\$ 3,00	3	R\$ 9,00	R\$ 108,00
Unidade	Piranha metal mini	R\$ 2,00	12	R\$ 24,00	R\$ 288,00
Unidade	Piranha plástico G	R\$ 2,00	10	R\$ 20,00	R\$ 240,00
Unidade	Piranha plástico M	R\$ 1,00	20	R\$ 20,00	R\$ 240,00
Unidade	Piranha plástico P	R\$ 0,50	15	R\$ 7,50	R\$ 90,00
Unidade	Piranha sofisticada	R\$ 3,00	4	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Unidade	Pó compacto Yvis	R\$ 5,00	4	R\$ 20,00	R\$ 240,00

Unidade	Presilha	R\$ 7,00	2	R\$ 14,00	R\$ 168,00
Unidade	Presilha simples P	R\$ 3,00	2	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Par	Presilha simples P	R\$ 5,00	2	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Unidade	Presilha strass G	R\$ 10,00	1	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Unidade	Presilha strass P	R\$ 5,00	3	R\$ 15,00	R\$ 180,00
Unidade	Pulseira artesanal P	R\$ 1,00	6	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Pulseira folheada	R\$ 7,00	3	R\$ 21,00	R\$ 252,00
Unidade	Tiara crochê	R\$ 2,00	1	R\$ 2,00	R\$ 24,00
Unidade	Tiara laço infantil	R\$ 5,00	4	R\$ 20,00	R\$ 240,00
Unidade	Tiara tecido comum	R\$ 3,00	2	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Tic Tac simples G	R\$ 2,00	5	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Cartela	Tic Tac simples G	R\$ 8,00	1	R\$ 8,00	R\$ 96,00
Cartela	Tic Tac simples M	R\$ 5,00	2	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Unidade	Tic tac simples M	R\$ 1,00	20	R\$ 20,00	R\$ 240,00
Cartela	Tic tac simples P	R\$ 4,00	2	R\$ 8,00	R\$ 96,00
Unidade	Tic tac strass	R\$ 3,00	3	R\$ 9,00	R\$ 108,00
Unidade	Tic tac strass G	R\$ 5,00	3	R\$ 15,00	R\$ 180,00
Unidade	Touca	R\$ 4,00	2	R\$ 8,00	R\$ 96,00
Unidade	Unha postiça	R\$ 3,00	6	R\$ 18,00	R\$ 216,00
Unidade	Xuxa cabelo	R\$ 3,00	3	R\$ 9,00	R\$ 108,00
Unidade	Xuxa Extra G	R\$ 1,00	5	R\$ 5,00	R\$ 60,00
Unidade	Xuxa G	R\$ 0,50	15	R\$ 7,50	R\$ 90,00
Cartela	Xuxa meia comum	R\$ 2,00	10	R\$ 20,00	R\$ 240,00
Unidade	Xuxa meia comum	R\$ 0,50	5	R\$ 2,50	R\$ 30,00
Cartela	Xuxa meia orelha	R\$ 3,00	5	R\$ 15,00	R\$ 180,00
Unidade	Xuxa meia orelha	R\$ 0,75	5	R\$ 3,75	R\$ 45,00
Unidade	Xuxa pom pom	R\$ 2,00	1	R\$ 2,00	R\$ 24,00
Pacote	Xuxa simples P	R\$ 2,00	12	R\$ 24,00	R\$ 288,00
Unidade	Xuxa tecido	R\$ 2,00	3	R\$ 6,00	R\$ 72,00
Unidade	Xuxa veludo	R\$ 2,00	4	R\$ 8,00	R\$ 96,00
Unidade	Zíper comum	R\$ 0,75	2	R\$ 1,50	R\$ 18,00
Unidade	Zíper jeans	R\$ 1,00	1	R\$ 1,00	R\$ 12,00
<b>TOTAL</b>				<b>R\$ 1.504,75</b>	<b>R\$ 18.057,00</b>

Fonte: Elaboração Própria (2020).

**Quadro 26 - Projeção da DRE**

Descrição	Valores Mensais em R\$	Valor Anual em R\$
<b>RECEITA TOTAL (=)</b>	<b>1.504,75</b>	<b>18.057,00</b>
<b>CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS (-)</b>	<b>- 758,89</b>	<b>- 9.106,68</b>
<b>RESULTADO OPERACIONAL (=)</b>	<b>745,86</b>	<b>8.950,32</b>
<b>CUSTOS FIXOS TOTAIS (-)</b>	<b>- 735,56</b>	<b>- 8.826,72</b>
<b>LUCRO LÍQUIDO (=)</b>	<b>10,30</b>	<b>123,60</b>

Fonte: Elaboração Própria (2020).

## 9 DECISÃO GERENCIAL

Tendo em vista que o mercado nacional de acessórios está em crescimento, principalmente no ramo de bijuterias, a empresa Cléo Bijú tem um ambiente favorável ao seu crescimento enquanto negócio. No entanto, em caso de uma baixa no consumo, como demonstrado no cenário pessimista, o negócio não conseguirá se manter por muito tempo. Por isso, busca-se urgência na aplicação das mudanças que promovam o negócio.

Confia-se que haverá uma melhoria nas vendas a partir das mudanças aplicadas deste projeto, buscando aliar-se ao que foi pesquisado no mercado: será oferecida a venda por meio do cartão crédito/débito para que dessa forma haja um aumento tanto na frequência de compras quanto da quantidade dos itens comprados; a mudança na estrutura física da loja para chamar mais atenção do seu público e com isso venha a aumentar sua clientela; a criação do *Instagram* da loja para ganhar mais visibilidade, sendo um canal complementar da empresa; e, por fim, aderindo ao programa de gestão de negócio, chamado MarketUp, uma plataforma gratuita, que auxiliará nas vendas, no controle de estoque e no fluxo de caixa.

Apesar de o mercado local atual não estar nas melhores condições, ainda sim a Cléo Bijú consegue manter-se no mercado há anos. Com isso e aliada às melhorias provenientes deste Plano de Negócios, o empreendimento terá a oportunidade de desenvolver-se nesse ramo, aplicando, principalmente, aquilo mais próximo aos desejos dos que já são e seus possíveis clientes.

Nesse caso, o empreendimento analisado por este projeto é arriscado, mas viável e merece que continue atuante visando às melhorias, para que possa se desenvolver mais e provocar, inclusive, uma melhoria de vida para a proprietária do negócio.

**APÊNDICE:****Questionário da pesquisa realizada para Análise de Mercado**

Pesquisa de Mercado

Loja de bijuterias

Prezado(a) respondente,

O fim deste questionário é acadêmico e busca compreender melhor os hábitos de consumo de acessórios em bijuterias, semi joias e folheados.

**Você reside ou faz compras em Santa Rita-PB?**

(        ) SIM                (        ) NÃO

**Você consome acessórios, bijuterias ou folheados, do tipo: brincos, colares, anéis, piercings, tiaras e presilhas?**

(        ) SIM                (        ) NÃO

**Qual seu gênero?**

(        ) Feminino        (        ) Masculino        (        ) Prefiro não dizer

**Qual seu estado civil?**

(        ) Solteir@  
(        ) Casad@  
(        ) Separad@  
(        ) Viúv@  
(        ) Outros: \_\_\_\_\_

**Qual sua renda familiar mensal?**

(        ) Menos de 1 salário mínimo  
(        ) de R\$998,00 a R\$2.000,00  
(        ) de R\$ 2.000,01 a R\$3.000,00  
(        ) de R\$3.000,01 a R\$5.000,00  
(        ) mais de R\$5.000,00

**Dentre os produtos abaixo, qual ou quais você costuma consumir?**

(        ) Brincos  
(        ) Piercings  
(        ) Presilhas  
(        ) Colares  
(        ) Anéis  
(        ) Tiaras

**Com que frequência você costuma comprar os produtos listados acima?**

(        ) Mais de 3 vezes por semana  
(        ) De 3 a 2 vezes por semana  
(        ) 1 vez por semana  
(        ) De 1 a 2 vezes por mês  
(        ) Raramente

**No momento da compra, você costuma levar quantos itens?**

(        ) de 1 a 2 itens        (        ) de 3 a 5 itens        (        ) mais de 5 itens

**Considerando quem utilizará, geralmente compro acessórios:**

(        ) para mim  
 (        ) para minha filha  
 (        ) para minha mãe  
 (        ) para presentear  
 (        ) para meu filho  
 (        ) para meu pai  
 (        ) outros: \_\_\_\_\_

**No momento da compra, o que você leva em consideração no produto?**

(        ) Preço  
 (        ) Qualidade  
 (        ) Novidade  
 (        ) Utilidade  
 (        ) Outros: \_\_\_\_\_

Afirmiação	Discordo totalmente	Discordo	Meio termo	Concordo	Concordo totalmente
<b>Busco sempre estar alinhado aos itens da moda.</b>	1	2	3	4	5
<b>Quando decido comprar, pesquiso os preços e sempre compro onde estiver mais barato.</b>	1	2	3	4	5
<b>Quando estou em dúvida entre dois itens, compro sempre o que estiver mais barato.</b>	1	2	3	4	5
<b>Quando estou em dúvida entre dois itens, compro sempre o de melhor qualidade.</b>	1	2	3	4	5
<b>Quando escolho a loja para comprar, dou maior importância ao menor preço.</b>	1	2	3	4	5
<b>Quando escolho a loja para comprar, dou maior importância à qualidade do atendimento.</b>	1	2	3	4	5
<b>Quando escolho a loja para comprar, dou maior importância à variedade de produtos.</b>	1	2	3	4	5
<b>Quando escolho a loja para comprar, dou maior importância à qualidade do produto.</b>	1	2	3	4	5
<b>Quando escolho a loja para comprar, dou maior importância à disponibilidade dos produtos em estoque.</b>	1	2	3	4	5
<b>Quando escolho a loja para comprar, dou maior importância à forma em que os produtos estão expostos.</b>	1	2	3	4	5

<b>Quando escolho a loja para comprar, dou maior importância à organização do local.</b>	1	2	3	4	5
<b>Quando escolho a loja para comprar, dou maior importância à facilidade na forma de pagamento.</b>	1	2	3	4	5

**Qual a melhor forma de pagamento para você?**

- (        ) À vista, em espécie  
 (        ) Cartão de crédito  
 (        ) Cartão de débito

## REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Eliete. Beleza imune a crises. **PEGN** (Pequenas Empresas Grandes Negócios), Globo S.A. Rio de Janeiro, set. 2015. Disponível em: <<http://revistapegn.globo.com/Empresasenegocios/0,19125,ERA455186-2481,00.html>>. Acesso em: 25 ago. 2019.

ASSAF NETO, Alexandre; LIMA, Fabiano Guasti. Curso de Administração Financeira. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

CONCLA Comissão Nacional de Classificação. CNAE Classificação Nacional de Atividades Econômicas. Disponível em: <<https://concla.ibge.gov.br/busca-online-cnae.html?view=subclasse&tipo=cnae&versao=10&subclasse=4789001>> Acesso em: 13 jul.2019.

EXAME. O mercado de bijuterias e acessórios em 2018. EXAME. SL. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/o-mercado-de-bijuterias-e-acessorios-em-2018/>>. Acesso em: 25 ago. 2019.

MELO, Danielle Ferreira de et al. Perfil, Hábitos de Consumo e Motivações de Compra: uma Pesquisa de Mercado Aplicada ao Setor de Bijuterias. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, [s.l.], v. 10, n. 4, p.130-147, 23 dez. 2016. Departamento de Empreendedorismo e Gestao da UFF. <http://dx.doi.org/10.12712/rpca.v10i4.770>.

PEREIRA, Luanna R. S. L.. **Plano de Negócio**: Mr. BarBer. 2018. 78 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2018.

SEBRAE. **Como elaborar seu plano de negócios**. Brasília: Sebrae, 2016. 80 f.

SEBRAE. **Como elaborar um plano de negócios**. Brasília: Sebrae, 2013. 164 f.

SEBRAE. **Como montar uma loja de bijuterias**. [20—]. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-loja-de-bijuterias,87287a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 25 ago.2019.